

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Waktu dan Tempat Penelitian

##### 1. Waktu Penelitian

Waktu terjadinya penelitian ini dilakukan selama 7 bulan mulai Januari 2020 sampai Juli 2020. Pemilihan waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian dikarenakan sudah tidak adanya jadwal perkuliahan, sehingga dapat fokus serta mempermudah untuk melaksanakan penelitian.

##### 2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di berbagai universitas yang berada di wilayah Jakarta dengan target responden penelitiannya ialah mahasiswa yang pernah membeli dan menggunakan *smartphone* Oppo. Penelitian ini dilakukan secara *online* menggunakan *google form* yang disebar dengan suatu tujuan untuk mempermudah, mempercepat penelitian dan menghemat biaya. Penelitian ini dilakukan di berbagai universitas yang berada di Jakarta karena memiliki masalah mengenai keputusan pembelian *smartphone* Oppo diantaranya iklan yang masih kurang menarik, kualitas produk yang kurang bagus dan rendahnya keinginan (gaya hidup) konsumen untuk membeli *smartphone* oppo.

## B. Pendekatan Penelitian

Sugiyono (2018:1) mengatakan metode penelitian adalah suatu taktik yang digunakan untuk memperoleh data dengan maksud dan manfaat tertentu. Selanjutnya menurut Fatihudin (2015:9) “metode penelitian hanya menunjukkan metode atau teknik yang dipergunakan dalam penelitian, seperti teknik sampling, tahap pengumpulan data, menentukan model atau alat analisis dan pembuktian hipotesis.” Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode *survei* dengan pendekatan *korelasi*. Alasan peneliti menerapkan metode ini karena sesuai dengan maksud dilaksanakannya suatu penelitian ini yaitu untuk memahami hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat.

Sugiyono (2011:4) mengatakan variabel bebas adalah suatu variabel yang menjadi penyebab timbulnya perubahan variabel terikat. Kemudian variabel terikat adalah suatu variabel yang menjadi dampak dari adanya variabel bebas. Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh diantara kedua variabel ini dengan dilakukan cara metode *survei*.

Harahap (2019:76) menyatakan bahwa Survei adalah suatu bentuk penelitian untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam menyusun penelitian yaitu berupa *kuesioner* (daftar pertanyaan) atau pedoman wawancara.

Sedangkan Salim (2019:53) mengatakan bahwa suatu pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara banyaknya variabel.

Pendekatan yang digunakan untuk melakukan penelitian ini ialah korelasional. Adapun alasan peneliti memilih pendekatan korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat efek antara variabel X terhadap Y. Apabila terdapat pengaruh, maka seberapa erat dampak keterkaitan antara variabel tersebut. Dengan pendekatan korelasional ini peneliti dapat mengetahui efek dari variabel bebas pertama ialah Iklan yang diberi tanda X1, terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian, variabel bebas kedua ialah Kualitas Produk yang diberi tanda X2, terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian dan variabel bebas ketiga ialah Gaya Hidup yang diberi tanda X3, terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian yang diberi tanda Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Sugiyono (2011:61) mengatakan bahwa populasi adalah suatu obyek atau subyek daerah yang disamaratakan baik dari sisi kualitas dan spesifikasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipahami dan kemudian di buat suatu kesimpulan.

Sedangkan menurut Hadi (2015:190) populasi adalah semua penduduk yang memiliki maksud dan tujuan untuk diselidiki. Berdasarkan kedua ahli tersebut maka, populasi adalah suatu sekelompok orang dan benda yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi tujuan untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Jakarta.

## 2. Sampel

Sugiyono (2011:62) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Selanjutnya, Hadi (2015:191) sampel adalah sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi.

Sehingga sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi dalam bentuk jumlah yang memiliki karakteristik yang terdapat pula di dalam populasi.

Teknik pemungutan sampel yang di terapkan dalam penelitian ini ialah metode *purposive sampling* yang termasuk dalam *non probability sampling*. *Purposive sampling* ialah cara untuk melakukan pemilihan sampel dengan penilaian tertentu Sugiyono (2011:68).

Oleh karena itu, penilaian dalam memilih sampel penelitian ini adalah responden yang pernah membeli dan menggunakan *smartphone* Oppo. Dalam penelitian ini responden yang diteliti sebanyak 159 responden, yang dilakukan untuk penelitian ini pada mahasiswa di Jakarta.

## D. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti keempat variabel, yaitu iklan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan gaya hidup ( $X_3$ ) kepada keputusan pembelian ( $Y$ ). Adapun instrument untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Keputusan Pembelian

#### a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian merupakan suatu proses dilaksanakannya suatu estimasi dalam melaksanakan suatu keputusan pembelian *smartphone* yang disukai.

#### b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah introduksi kebutuhan bersama indikator pertama yaitu rangsangan internal pada sub indikator diri sendiri, kemudian indikator kedua yaitu rangsangan eksternal bersama sub indikator orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi bersama indikator pertama, yaitu pribadi pada sub indikator pertama keluarga, sub indikator kedua teman; indikator kedua, yaitu sumber komersial pada sub indikator pertama tampilan. Indikator ketiga, yaitu pengalaman pada sub indikator yang pernah menggunakan. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif bersama indikator pertama yaitu memilih alternatif yang tersedia pada sub indikator memilih diantara

dua atau lebih produk yang disukai. Dimensi keempat adalah keputusan pembelian bersama indikator pertama membeli produk yang disukai pada sub indikator pertama merek yang akan di pilih, sub indikator kedua penyaluran pembelian serta sub indikator ketiga waktu pembelian.

### c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi – kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang diterapkan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang di uji cobakan, serta sebagai kisi-kisi instrumen final yang diterapkan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat di amati tabel III.1 dibawah ini:



Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	1,4			1,4		1,4	
	Rangsangan Eksternal	Orang Lain	2,3			2,3		2,3	
Pencarian Informasi	Pribadi	Keluarga	5,10			5,10		5,10	
		Teman			22				
	Sumber Komersial	Tampilan	6,9			6,9		6,9	
			,15 ,16 ,21			,15 ,16 ,21		,15 ,16 ,21	
Pengalaman	Yang pernah menggunakan	7,8 ,12	13		7,8 ,12	13	7,8 ,12	13	
Evaluasi Alternatif	Memilih alternatif yang tersedia	Memilih dua atau lebih produk yang disukai	11,14			11,14		11,14	
Keputusan Pembelian	Membeli produk yang disukai	Merek yang akan dipilih	18		17	18		18	
		Waktu Penyaluran Pembelian	19,20			19,20		19,20	

(Sumber: Data di olah oleh peneliti)

Untuk memenuhi setiap point pertanyaan dalam perlengkapan penelitian, responden dapat memilih penilaian dari salah satu skala jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti untuk responden mulai dari 1 sampai 5 sesuai dengan skala jawaban.

Pilihan jawaban yang diterapkan sebagai berikut:

**Tabel III.2 Skala Istomen Keputusan Pembelian**

No	Pilihan 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

Cara meningkatkan perlengkapan keputusan pembelian ini dimulai menggunakan kategorisasi perlengkapan berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian tabel III.1 yang disebut kelengkapan persepsi agar dapat menilai variabel keputusan pembelian.

Proses selanjutnya, kelengkapan persepsi yang di diskusikan oleh dosen pembimbing mengenai validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut berhasil dinilai indikator dari variabel keputusan pembelian yang tercantum di tabel III.1. Setelah kelengkapan persepsi disetujui, langkah selanjutnya adalah kelengkapan persepsi tersebut diuji cobakan pada 30 mahasiswa di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.



Cara validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba kelengkapan persepsi, yaitu validitas butir dengan memakai koefisien korelasi ialah skor butir dan skor total instrumen. Mulyono (2018:86) rumus yang diterapkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{it}$  : Koefisien korelasi antara skor butir soal dengan skor total

$\sum x_i$  : Jumlah kuadrat deviasi skor dari  $X_i$

$\sum x_t$  : Jumlah kuadrat deviasi skor dari  $X_t$

Karakteristik batasan minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Sekiranya  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , hingga butir pernyataan dikira *valid*. Sementara, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , hingga butir pernyataan dikira tidak *valid*, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak diaplikasikan atau harus di-*drop*. Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya pada butir-butir pernyataan yang telah dikira *valid* dengan menerapkan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Mulyono (2018:89) berikut rumus yang diterapkan dalam penelitian ini:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan:

- $r_{ii}$  : Koefisien reliabilitas tes  
 $k$  : Cacah butir  
 $s_i^2$  : Varian skor butir  
 $s_t^2$  : Varian skor total

Supardi (2014:75) mengatakan varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menerapkan rumus sebagai berikut:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}}$$

Keterangan:

- $\sigma$  : Simpangan Baku  
 $n$  : Jumlah populasi  
 $\sum X_i^2$  : Jumlah kuadrat dan X  
 $\sum X_i$  : Jumlah Data

## 2. Iklan

### a. Definisi Konseptual

Iklan merupakan suatu media berbayar yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi mengenai suatu produk.

### b. Definisi Operasional

Iklan dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah perhatian (*attention*) dengan indikator pertama, yaitu pesan yang diberikan dalam iklan dan indikator kedua, yaitu frekuensi penayangan iklan. Dimensi kedua adalah menarik (*interest*) dengan indikator pertama yaitu kejelasan pesan. Dimensi ketiga adalah keinginan (*desire*)

dengan indikator pertama, yaitu memperolehnya informasi dari sebuah iklan, kemudian indikator kedua, yaitu kepercayaan konsumen akan produk. Dimensi ke empat adalah tindakan (*action*) dengan indikator pertama, yaitu keyakinan untuk membeli produk, kemudian indikator kedua, yaitu kecenderungan akan melakukan pembelian dan indikator kedua yaitu kesesuaian produk berdasarkan iklan.

### c. Kisi-Kisi Instrumen Iklan

Kisi – kisi instrument yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrument yang diterapkan untuk mengukur variabel iklan yang di uji cobakan, serta sebagai kisi-kisi instrument final yang diterapkan untuk mengukur variabel iklan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrument dapat di amati tabel III.3 dibawah ini:

**Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen Iklan**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Perhatian (Attention)	Pesan yang disampaikan dalam iklan	1,2			1,2		1,2	
	Frekuensi penayangan iklan	3			3		3	
Menarik (Interest)	Kejelasan pesan	4	5		4	5	4	5

Keinginan (Desire)	Perolehan informasi dari iklan	6,7			6,7		6,7
	Kepercayaan konsumen akan produk	8,9			8,9		8,9
Tindakan (Action)	Keyakinan untuk membeli produk	10,11			10,11		10,11
	Kecenderungan akan melakukan pembelian		12,13			12,13	12,13
	Kesesuaian produk berdasarkan iklan	14		15	14		14

(Sumber: Data di olah oleh peneliti)

Untuk memenuhi setiap point pertanyaan dalam perlengkapan penelitian, responden dapat memilih penilaian dari salah satu skala jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti untuk responden mulai dari 1 sampai 5 sesuai dengan skala jawaban.

Pilihan jawaban yang diterapkan sebagai berikut:

**Tabel III.4 Skala Istomen Iklan**

No	Pilihan 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 Ikan

Cara meningkatkan perlengkapan keputusan pembelian ini dimulai menggunakan kategorisasi perlengkapan berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian tabel III.3 yang disebut kelengkapan persepsi agar dapat menilai variabel iklan.

Proses selanjutnya, kelengkapan persepsi yang di diskusikan oleh dosen pembimbing mengenai validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut berhasil dinilai indikator dari variabel keputusan pembelian yang tercantum di tabel III.3. Setelah kelengkapan persepsi disetujui, langkah selanjutnya adalah kelengkapan persepsi tersebut diuji cobakan pada 30 mahasiswa di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Cara validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba kelengkapan persepsi, yaitu validitas butir dengan memakai koefisien korelasi ialah skor butir dan skor total instrumen. Mulyono (2018:86) rumus yang diterapkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{it}$  : Koefisien korelasi antara skor butir soal dengan skor total

$\sum_{xi}$  : Jumlah kuadrat deviasi skor dari  $X_i$

$\sum_{xt}$  : Jumlah kuadrat deviasi skor dari  $X_t$

Karakteristik batasan minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Sekiranya  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , hingga butir pernyataan dikira *valid*. Sementara, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , hingga butir pernyataan dikira tidak *valid*, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak di aplikasikan atau harus di-*drop*. Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya pada butir-butir pernyataan yang telah dikira *valid* dengan menerapkan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Mulyono (2018:89) berikut rumus yang diterapkan dalam penelitian ini:

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

Keterangan:

$r_{ii}$  : Koefisien reliabilitas tes

$k$  : Cacah butir

$si^2$  : Varian skor butir

$st^2$  : Varian skor total

Supardi (2014:75) mengatakan varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menerapkan rumus sebagai berikut:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}}$$



Keterangan:

- $\sigma$  : Simpangan Baku  
 $n$  : Jumlah populasi  
 $\sum X_i^2$  : Jumlah kuadrat dan X  
 $\sum X_i$  : Jumlah Data

### 3. Kualitas Produk

#### a. Definisi Konseptual

Kualitas produk adalah suatu hal yang dapat di perjualbelikan dengan adanya suatu karakteristik yang melekat pada produk.

#### b. Definisi Operasional

Kualitas produk dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah *level (performance quality)* dengan indikator kemudahan bagi pengguna. Dimensi kedua adalah fitur (*feature*) dengan indikator kelengkapan pada produk. Dimensi ketiga adalah daya tahan (*durability*) dengan indikator jangka waktu pemakaian produk, dan indikator keempat adalah keandalan (*reliability*) dengan indikator kecepatan menggunakan produk.

#### c. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk

Kisi – kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang diterapkan untuk mengukur variabel kualitas produk yang di uji cobakan, serta sebagai kisi-kisi instrumen final yang

diterapkan untuk mengukur variabel kualitas produk. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat di amati tabel III.5 dibawah ini:

**Tabel III.5 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Level ( <i>Performance Quality</i> )	Kemudahan bagi pengguna	1,2			1,2		1,2	
Fitur ( <i>Feature</i> )	Kelengkapan pada produk	3,6	4,5		3,6	4,5	3,6	4,5
Daya Tahan ( <i>Durability</i> )	Jangka Waktu pemakaian produk	7,8			7,8		7,8	
Keandalan ( <i>Realibility</i> )	Kecepatan menggunakan produk	10	9	11	10	9	10	9

(Sumber: Data di olah oleh peneliti)

Untuk memenuhi setiap point pertanyaan dalam perlengkapan penelitian, responden dapat memilih penilaian dari salah satu skala jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti untuk responden mulai dari 1 sampai 5 sesuai dengan skala jawaban.

Pilihan jawaban yang diterapkan sebagai berikut:

**Tabel III.6 Skala Istomen Kualitas Produk**

No	Pilihan 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 Kualitas Produk**

Cara meningkatkan perlengkapan keputusan pembelian ini dimulai menggunakan kategorisasi perlengkapan berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas produk tabel III.5 yang disebut kelengkapan persepsi agar dapat menilai variabel kualitas produk.

Proses selanjutnya, kelengkapan persepsi yang di diskusikan oleh dosen pembimbing mengenai validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut berhasil dinilai indikator dari variabel kualitas produk yang tercantum di tabel III.5. Setelah kelengkapan persepsi disetujui, langkah selanjutnya adalah kelengkapan persepsi tersebut diuji cobakan pada 30 mahasiswa di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Cara validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba kelengkapan persepsi, yaitu validitas butir dengan memakai koefisien korelasi ialah skor butir dan skor total instrumen. Mulyono (2018:86) rumus yang diterapkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{it}$  : Koefisien korelasi antara skor butir soal dengan skor total

$\sum x_i$  : Jumlah kuadrat deviasi skor dari  $X_i$

$\sum x_t$  : Jumlah kuadrat deviasi skor dari  $X_t$

Karakteristik batasan minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Sekiranya  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , hingga butir pernyataan dikira *valid*. Sementara, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , hingga butir pernyataan dikira tidak *valid*, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak diaplikasikan atau harus di-*drop*. Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya pada butir-butir pernyataan yang telah dikira *valid* dengan menerapkan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Mulyono (2018:89) berikut rumus yang diterapkan dalam penelitian ini:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{ii}$  : Koefisien reliabilitas tes

$k$  : Cacah butir

$s_i^2$  : Varian skor butir

$s_t^2$  : Varian skor total

Supardi (2014:75) mengatakan varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menerapkan rumus sebagai berikut:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}}$$

Keterangan:

$\sigma$  : Simpangan Baku

$n$  : Jumlah populasi

$\sum X_i^2$  : Jumlah kuadrat dan X

$\sum X_i$  : Jumlah Data

#### 4. Gaya Hidup

##### a. Definisi Konseptual

Gaya hidup merupakan suatu pola hidup seseorang dalam menjalankan aktifitasnya berdasarkan proses konsumsi suatu produk yang diinginkan.

##### b. Definisi Operasional

Gaya hidup dapat diukur dengan tiga dimensi. Dimensi pertama adalah aktifitas (*activities*) dengan indikator pertama kerja, indikator kedua hobi, indikator ketiga *shopping*. Kemudian dimensi kedua adalah ketertarikan (*interests*) dengan indikator pertama

keluarga dan indikator kedua komunitas. Kemudian, dimensi ketiga adalah pendapat (*opinions*) dengan indikator pertama pendidikan dan indikator kedua produk.

### c. Kisi-Kisi Instrumen Gaya Hidup

Kisi – kisi instrument yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrument yang diterapkan untuk mengukur variabel gaya hidup yang di uji cobakan, serta sebagai kisi-kisi instrument final yang diterapkan untuk mengukur variabel gaya hidup. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrument dapat di amati tabel III.7 dibawah ini:

**Tabel III.7 Kisi-kisi Instrumen Gaya Hidup**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Aktifitas (Activities)	Kerja	1,2		-	1,2		1,2	
	Hobi	3		-	3		3	
	Belanja	4		-	4		4	
Ketertarikan (Interests)	Keluarga	5,6		-	5,6		5,6	
	Komunitas		7	-		7		7
Pendapat (Opinions)	Pendidikan	9	8	-	9	8	9	8
	Produk	10		-	10		10	



--	--	--	--	--	--	--	--

(Sumber: Data di olah oleh peneliti)

Untuk memenuhi setiap point pertanyaan dalam perlengkapan penelitian, responden dapat memilih penilaian dari salah satu skala jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti untuk responden mulai dari 1 sampai 5 sesuai dengan skala jawaban.

Pilihan jawaban yang diterapkan sebagai berikut:

**Tabel III.8 Skala Istomen Gaya Hidup**

No	Pilihan 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

Cara meningkatkan perlengkapan keputusan pembelian ini dimulai menggunakan kategorisasi perlengkapan berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel gaya hidup terlihat pada tabel III.7 yang disebut kelengkapan persepsi agar dapat menilai variabel gaya hidup.

Proses selanjutnya, kelengkapan persepsi yang di diskusikan oleh dosen pembimbing mengenai validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut berhasil dinilai indikator dari variabel gaya

hidup yang tercantum di tabel III.7. Setelah kelengkapan persepsi disetujui, langkah selanjutnya adalah kelengkapan persepsi tersebut diuji cobakan pada 30 mahasiswa di Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Cara validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba kelengkapan persepsi, yaitu validitas butir dengan memakai koefisien korelasi ialah skor butir dan skor total instrumen. Mulyono (2018:86) rumus yang diterapkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{it}$  : Koefisien korelasi antara skor butir soal dengan skor total

$\sum x_i$  : Jumlah kuadrat deviasi skor dari  $X_i$

$\sum x_t$  : Jumlah kuadrat deviasi skor dari  $X_t$

Karakteristik batasan minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ . Sekiranya  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , hingga butir pernyataan dikira *valid*. Sementara, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , hingga butir pernyataan dikira tidak *valid*, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak diaplikasikan atau harus di-*drop*. Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya pada butir-butir pernyataan yang telah dikira *valid* dengan menerapkan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Mulyono (2018:89) berikut rumus yang diterapkan dalam penelitian ini:

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

Keterangan:

$r_{ii}$  : Koefisien reliabilitas tes

$k$  : Cacah butir

$s_i^2$  : Varian skor butir

$s_t^2$  : Varian skor total

Supardi (2014:75) mengatakan varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menerapkan rumus sebagai berikut:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}}$$

Keterangan:

$\sigma$  : Simpangan Baku

$n$  : Jumlah populasi

$\sum X_i^2$  : Jumlah kuadrat dan X

$\sum X_i$  : Jumlah Data

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan data primer berbentuk kuesioner. Data primer itu sendiri merupakan suatu data yang diperoleh langsung oleh peneliti kepada responden mengenai tema penelitian. Teknik pengumpulan data ini disesuaikan dengan pendekatan penelitian ialah pendekatan korelasional.

## F. Teknik Analisis Data

Berikut langkah-langkah dalam menganalisis data sebagai berikut:

### 1. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Normalitas

Santoso (2010:43) mengatakan bahwa uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng yang berarti data tidak mencong ke kiri atau kanan. Untuk memahami model yang peneliti terapkan apakah termasuk distribusi normal atau tidak, maka untuk mewujudkannya peneliti memakai uji statistic (*uji kolmogorov smirnov*).

Hipotesis penelitiannya:

Ho : Data beralokasi normal

Ha : Data tidak beralokasi normal

Pengambilan keputusan atas pengujian yang diterapkan, terdapat suatu karakteristik diantaranya:

1. Apabila, angka relevan  $> 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima dan artinya data beralokasi normal.
2. Apabila, angka relevan  $< 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan artinya data tidak beralokasi normal.

#### **b. Uji Linieritas**

Sugiyono (2011:265) mengatakan bahwa uji linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah data memiliki hubungan linier atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *test of linearity* pada tarif signifikansi 0,05. Menurut Sitanggang (2019:99) variabel dikatakan memiliki nilai relevan  $< 0,05$  dinyatakan memiliki hubungan yang linier.

Hipotesis penelitiannya:

$H_0$  : Regresi tidak linier

$H_a$  : Regresi linier

Pengambilan keputusan atas pengujian yang dilakukan, terdapat suatu karakteristik diantaranya:

1. Apabila, angka relevan  $> 0,05$ , hingga  $H_0$  diterima dan artinya data tidak linier.
2. Apabila, angka relevan  $< 0,05$ , hingga  $H_0$  ditolak dan artinya data linier.

## 2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2011:275) mengatakan bahwa analisis regresi ganda diterapkan bila memiliki maksud untuk memprediksikan bagaimana situasi (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor yang diberikan trik tertentu (naik turunkan nilainya).

Berikut rumus persamaan regresi linier berganda:

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

Keterangan:

- Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)
- X<sub>1</sub> : Variabel bebas pertama (Iklan)
- X<sub>2</sub> : Variabel bebas kedua (Kualitas Produk)
- X<sub>3</sub> : Variabel bebas ketiga (Gaya Hidup)
- a : Konstanta (nilai Y apabila X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, ... X<sub>n</sub>=0)
- b<sub>1</sub> : Koefisien regresi variabel bebas pertama (Iklan)
- b<sub>2</sub> : Koefisien regresi variabel bebas kedua (Kualitas Produk)
- b<sub>3</sub> : Koefisien regresi variabel bebas ketiga (Gaya Hidup)



### 3. Uji Hipotesis

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

Menurut Mulyono (2018:113) uji signifikansi parsial (uji t) diterapkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berefek nyata atau tidak pada variabel dependen. Uji t sendiri atas dasarnya memperlihatkan seberapa jauh efek suatu variabel independen pada variabel dependen, yang dapat dilakukan uji secara dua arah, yaitu:

$$H_0 : b_t = 0$$

Yang memiliki arti tidak ada efek dari variabel independent pada variabel dependen, ialah:

$$H_a : b_1 < 0 \text{ atau } b_1 > 0$$

Pengambilan keputusan atas pengujian yang diterapkan, terdapat suatu karakteristik diantaranya:

1. Apabila,  $H_0$  diterima serta  $H_a$  ditolak  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ataupun nilai probabilitas relevan  $< 0,05$
2. Apabila,  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ataupun nilai probabilitas relevan  $> 0,05$

#### 4. Analisis Koefisien Korelasi *Pearson*

Sarini Adbullah (2015:173) Koefisien korelasi *pearson* adalah suatu cara untuk mengukur dan melihat hubungan linier antara dua variabel independent atau lebih kepada variabel dependen. Untuk melaksanakan perhitungan koefisien korelasi *pearson* ini, peneliti menerapkannya *software SPSS versi 24*.

#### 5. Perhitungan Koefisien Determinasi (*R Square*)

Santoso (2007:286) mengatakan bahwa koefisiensi determinasi mengandung arti bahwa setiap perubahan variabel bebas sebesar satu satuan akan memberikan efek pada perubahan variabel terikat. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi ini, peneliti menerapkannya *software SPSS versi 24*.

