

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Definisi Konsep**

##### **1. Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler & Amstrong (2016) Keputusan Pembelian adalah suatu proses dalam memilih maupun membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

##### **2. Kualitas Produk**

Menurut Kotler & Keller (2016) hasil dari suatu produk sesuai bahkan melebihi dengan yang diharapkan oleh konsumen.

##### **3. Citra Merek**

Menurut Kotler & Keller (2016) citra merek adalah persepsi konsumen terhadap suatu merek.

##### **4. Gaya Hidup**

Menurut Kotler & Keller (2016) Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang yang di tunjukan melalui aktivitas, minat, dan opini.

#### **B. Definisi Operasional**

##### **1. Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler & Amstrong (2016) keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

- a. Pilihan produk

- b. Pilihan merek
- c. Pilihan penyalur
- d. Waktu pembelian
- e. Jumlah pembelian
- f. Metode pembayaran

## **2. Kualitas Produk**

Menurut Kotler & Keller (2016) keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

- a. Bentuk (*Form*)
- b. Fitur (*Feature*)
- c. Penyesuaian (*Customization*)
- d. Kualitas Kinerja (*Performance Quality*)
- e. Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*)
- f. Ketahanan (*Durability*)
- g. Keandalan (*Reliability*)
- h. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)
- i. Gaya (*Style*)
- j. Desain (*Design*)

## **3. Citra Merek**

Menurut Kotler & Keller (2016) keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

- a. Keunggulan asosiasi merek
- b. Kekuatan asosiasi merek

- c. Keunikan asosiasi merek

#### **4. Gaya Hidup**

Menurut Kotler & Keller (2016) keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

- a. Aktivitas (Activity)
- b. Minat (Interest)
- c. Opini (Opinion)

#### **C. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, yang meliputi pelaksanaan penelitian terhadap kelompok atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan alat penelitian, digunakan untuk melakukan analisis data kuantitatif dan statistik yang bertujuan untuk memvalidasi data berdasarkan hipotesis.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Menurut Wiyono (2011) data primer adalah data yang diperoleh melalui subjek penelitian secara langsung menggunakan alat ukur data sebagai informasi data yang diminta.

- 2. Data dari penelitian ini bersumber dari pembeli dan pengguna Insurgent Club berusia minimal 17 tahun di Yogyakarta.

## **E. Populasi dan Sampel**

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah keseluruhan yang terdiri dari objek maupun subjek dengan karakteristik tertentu sebagai ketentuan seorang peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini pengguna Insurgent Club yang berperan dalam pengambilan keputusan pembelian.

### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu. Metode sampel menggunakan metode *non-probability sampling*, dengan Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah pembeli serta pengguna produk Insurgent Club dalam jangka waktu 1 tahun terakhir dengan minimal umur 17 tahun di Yogyakarta. Menurut Hair et al. dalam buku Wiyono (2011) jumlah sampel pada penelitian dapat ditentukan dengan jumlah item pertanyaan di kuesioner dikali minimal 5. Jumlah item pernyataan penelitian ini sebanyak 22 item, sehingga jumlah sampel adalah  $22 \times 5 = 110$  responden.

## F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2016) kuesioner merupakan sebuah item pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab sehingga diperoleh data. Kuesioner disebarluaskan kepada responden melalui *online* dalam bentuk *Google Form*. Kuesioner berisi item pertanyaan maupun pernyataan dengan *Likert Scale* yang harus diisi oleh responden. Menurut Sugiyono (2016) *Likert scale* diaplikasikan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan persepsi pada individu maupun kelompok orang tentang fenomena sosial.

5 kategori *Likert scale* yang digunakan:

- Skor 5 : Sangat Setuju (SS)
- Skor 4 : Setuju (S)
- Skor 3 : Netral (N)
- Skor 2 : Tidak Setuju (TS)
- Skor 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

## G. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) uji validitas diaplikasikan untuk menguji ketepatan kuesioner dalam mengukur apakah valid atau tidak. Validnya sebuah kuesioner jika pernyataan dalam kuesioner dapat mengungkap sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Uji validitas diolah

menggunakan uji *Bivariate Pearson Correlation* dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Berikut kriterianya:

- Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid.
- Jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan tersebut dapat dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) uji reliabilitas diaplikasikan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari sebuah kuesioner. Reliabilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat diandalkan dan dipercaya. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*. Berikut kriterianya:

- Jika  $Cronbach \ Alpha > 0,60$ , maka instrumen atau item pernyataan tersebut dapat dinyatakan reliabel.
- Jika  $Cronbach \ Alpha \leq 0,60$ , maka instrumen atau item pernyataan tersebut dapat dinyatakan tidak reliabel.

## H. Metode Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Dasar

#### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas diaplikasikan untuk memeriksa bahwa residual berdistribusi normal atau terdapat variabel pengganggu dalam suatu model regresi. Uji normalitas diolah

menggunakan analisis statistik kemudian didasarkan pada *Kolmogorov-Smirnov Test*. Berikut kriterianya:

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka residual dapat dinyatakan berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka residual dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinearitas diaplikasikan untuk memeriksa bahwa terdapat korelasi antar variabel atau tidak dalam suatu model regresi dengan *Linear Regression* Berikut kriterianya:

- Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$ , maka model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

### b) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas diaplikasikan untuk memeriksa bahwa terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Berikut kriterianya:

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka model regresi terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018) analisis regresi linear berganda diaplikasikan untuk memeriksa pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi X<sub>1</sub>

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi X<sub>2</sub>

b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi X<sub>3</sub>

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Citra Merek

X<sub>3</sub> = Gaya Hidup

e = *Standard Error*

#### 4. Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Menurut Ghozali (2018) uji statistik F diaplikasikan untuk memeriksa nilai aktual yang dapat diukur dari *goodness of fit*. Model *goodness of fit* dapat diukur dari nilai statistik F dengan nilai signifikansi  $< 0,05\%$ . Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat dinyatakan model regresi layak digunakan.

#### 5. Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2018) Uji t diaplikasikan untuk memeriksa pengaruh setiap variabel independen pada variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan kriteria apabila nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 6. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) diaplikasikan untuk memeriksa seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ( $R^2 < 1$ ). Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.