

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Menurut Paramita *et al.*, (2021). Penelitian kuantitatif mengacu pada pandangan filsafat positivisme. Filsafat positivisme memandang sesuatu bahwa fenomena dalam penelitian dapat diklasifikasikan, relative tetap, konkret, teramati, terukur dan hubungan sebab akibat. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis linier berganda, yang berarti studi tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek, dan harga. Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Secara keseluruhan peneliti membutuhkan data variabel itu sendiri serta dilakukannya kegiatan pengumpulan data. Berdasarkan data yang terkumpul dapat ditarik kesimpulan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang ada.

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari suatu permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2017:41) objek penelitian merupakan sasaran ilmiah untuk

mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan *reliabel* tentang suatu hal (variabel tertentu).

Penelitian ini menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *Smartphone* Samsung yang ada di Kecamatan Lumajang. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas (independen) yang digunakan yaitu gaya hidup (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3). Sedangkan variabel terikatnya (dependen) yaitu keputusan pembelian (Y).

Jadi, objek yang ada didalam penelitian ini berfokus pada gaya hidup, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah konsumen dari produk *Smartphone* Samsung di kecamatan Lumajang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan data sekunder sebagai berikut:

a. Data Primer

Menurut Paramita *et al.*, (2021:72) Data primer merupakan data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Didalam penelitian ini data primer yang digunakan merupakan hasil dari pengisian pertanyaan-pertanyaan yang ada didalam kuesioner oleh responden yang termasuk konsumen dari produk *Smartphone* Samsung yang berada di Kecamatan Lumajang. Pertanyaan-

pertanyaan tersebut menyangkut tentang gaya hidup, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian dari para konsumen *Smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang.

b. Data Sekunder

Menurut Paramita *et al.*, (2021:72) Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder ini berupa literatur, media internet serta hasil dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan peneliti mengenai keputusan pembelian yang dinilai melalui gaya hidup, kualitas produk, dan harga.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data eksternal yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang melakukan pembelian *Smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang. Data eksternal merupakan data yang berasal dari berbagai institusi diluar perusahaan (Paramita *et al.*, 2021:72).

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang mempunyai karakteristik sama yang menjadi pusat perhatian peneliti karena dipandang sebagai semesta penelitian (Paramita *et al.*, 2021:59). Populasi dalam penelitian ini yaitu para pengguna *Smartphone* Samsung yang berada di Kecamatan Lumajang

3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena banyak kasus yang tidak mungkin diteliti secara keseluruhan populasi oleh peneliti sehingga diperlukan perwakilan populasi penelitian (Paramita *et al.*, 2021:60). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menggunakan *Smartphone* Samsung.

Teknik sampling yang diunakan dalam penlitian ini yaitu teknik *non probability sampling* dan teknik yang dipilih yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018:124-125). Penentuan pengambilan sampel dengan kriteria tertentu, yakni reponden minial harus berusia 15-45 tahun dan respondennya yaitu para pengguna *Smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang.

Metode penentuan ukuran sampel yang akan digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe. Roscoe memberikan saran-saran mengenai ukuran sampel dalam penelitian, yaitu:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 sampai 500.
- b. Apabila sampel dibagi kedalam beberapa kategori (misalnya: pria dan wanita, pegawai negeri swasta dan lainnya) jadi setiap kategori sampel minimal berjumlah 30.
- c. Bila dalam penelitian ingin melakukan analisis regresi dengan *multivariate* (misalnya korelasi atau regresi berganda) jadi anggota sampel minimal berjumlah 20 kali dari jumlah variabel yang diriset. Contohnya jika variabel

penelitian ada 4 (independen + dependen), maka dengan ini anggota sampel berjumlah $= 20 \times 4 = 80$.

- d. Untuk penelitian ujian sampel dengan menggunakan kelompok kontrol, maka jumlah anggota kelompok sampel masing-masing 10 sampai dengan 20.

Analisis dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari (3) variabel independen dan (1) variabel dependen maka ukuran sampel yang digunakan yaitu $20 \times 4 = 80$ anggota sampel.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu objek penelitian atau segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti sehingga diperoleh informasi dan mencapai suatu kesimpulan (Paramita et al, 2021:36). Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

a. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat, endogen atau kosekuen. Variabel ini merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian oleh peneliti dalam sebuah penelitian. Pada dasarnya masalah dan tujuan dalam penelitian tercermin di variabel dependen yang akan digunakan (Paramita et al., 2021:37).

Variabel terikat adalah suatu masalah yang akan dipecahkan oleh peneliti. Suatu penelitian terdiri dari satu atau lebih variabel terikat tergantung pada tujuan variabel. Karena variabel terikat adalah fenomena yang ingin dijelaskan, maka

topik penelitian difokuskan pada apakah variabel tersebut layak dijadikan variabel terikat. Variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Paramita *et al.*, 2021:37).

b. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi secara positif atau negative terhadap variabel dependen. Variabel ini disebut juga dengan variabel *predator*, variabel *eksogen*, atau variabel bebas. Variabel independen merupakan representasi suatu fenomena yang digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi suatu variabel dependen (Paramita *et al.*, 2021:37-38). Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- 1) Gaya Hidup
- 2) Kualitas Produk
- 3) Harga

3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini yaitu gaya hidup, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

a. Gaya Hidup (X_1)

Menurut Priansa (2017:183) Gaya hidup menggambarkan perilaku seseorang yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan menggunakan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang ditentukan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang mereka anggap penting di lingkungan mereka (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia disekitar mereka.

b. Kualitas Produk (X_2)

Menurut Kotler & Keller (2016:37) kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan tersebut meliputi daya tahan, kehandalan, serta ketelitian yang sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen.

c. Harga (X_3)

Menurut Kotler & Armstrong (2016:324) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) keputusan pembelian yaitu perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka.

3.5.3. Definisi Operasional**a. Keputusan Pembelian (Y)**

Indrasari (2019:70) menyatakan bahwa keputusan pembelian juga dapat terjadi apabila konsumen pernah mendapatkan layanan dari pemberi jasa serta merasakan adanya kepuasan.

Menurut Kotler & Armstrong dalam Ramadhanty (2022) terdapat empat indikator dalam keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu:

- 1) **Kemantapan Membeli Setelah Mengetahui Informasi Produk**
Sebelum melakukan pembelian suatu produk konsumen akan melakukan beberapa alternatif untuk mengetahui informasi dari suatu produk yang akan dibeli seperti dari segi kualitas maupun harganya.
- 2) **Memutuskan Membeli Karena Merek yang Disukai**
Konsumen memutuskan membeli sebuah produk dengan alasan merek tersebut banyak diakui oleh masyarakat
- 3) **Membeli Karena Sesuai Dengan Keinginan Dan Kebutuhan**
Pembelian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan keinginan dan kebutuhannya.
- 4) **Membeli Karena Mendapatkan Rekomendasi Orang Lain**
Pembelian sebuah produk yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan saran dari orang lain seperti teman maupun keluarganya.

Berdasarkan indikator keputusan pembelian, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Saya membeli *smartphone* Samsung setelah mengetahui kelebihan dan kekurangan.
- 2) Saya membeli *smartphone* Samsung karena merek yang disukai.
- 3) Saya membeli *smartphone* Samsung karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.
- 4) Saya membeli *smartphone* Samsung karena rekomendasi orang lain.

b. Gaya Hidup (X1)

Kotler & Keller (2016:172) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan melalui aktivitas, minat, dan opini.

Berikut indikator gaya hidup menurut Kotler & Keller (2016:172) yaitu:

- 1) **Aktivitas (*Activities*):** Bekerja, hobi, liburan, komunitas, dan belanja.
- 2) **Minat (*Interest*):** Keluarga, rumah, rekreasi, makanan, dan media.
- 3) **Opini (*Opinion*):** Diri mereka sendiri, pendidikan, produk, dan budaya.

Berdasarkan indikator Gaya Hidup, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) *Smartphone* Samsung membantu aktivitas *on line* konsumen.

- 2) *Smartphone* Samsung adalah merek yang *popular* sehingga menarik minat konsumen.
- 3) *Smartphone* Samsung memberikan berbagai manfaat yang lebih dibanding merek lain.

c. Kualitas Produk (X2)

Menurut Priansa (2017:107) kualitas produk adalah persepsi dari manfaat yang konsumen dapatkan dari suatu produk atau jasa, apakah sesuai dengan yang diinginkan konsumennya.

Terdapat sembilan indikator kualitas produk menurut Kotler & Keller (2016:8-10) yaitu:

- 1) Bentuk (*form*), meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.
- 2) Fitur (*feature*), yaitu karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk.
- 3) Kualitas kinerja (*performace quality*), adalah tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.
- 4) Kesan kualitas (*perceived quality*), merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi mengenai produk yang bersangkutan.
- 5) Ketahanan (*durability*), ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.
- 6) Keandalan (*reability*), yaitu ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam waktu tertentu.
- 7) Kemudahan perbaikan (*repairbility*), yaitu ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk tidak dapat berungsi.
- 8) Gaya (*style*), menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli.
- 9) Desain (*design*), merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan indikator harga, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) *Smartphone* Samsung memiliki berbagai ukuran produk yang nyaman saat digunakan.

- 2) *Smartphone* Samsung memiliki fitur menarik yang dibutuhkan oleh konsumen.
- 3) *Smartphone* Samsung memiliki kinerja yang lebih baik dari merek lain.
- 4) *Smartphone* Samsung memiliki citra merek yang baik sehingga terkesan berkualitas.
- 5) *Smartphone* Samsung memiliki ketahanan baterai yang baik dibandingkan merek lain.
- 6) *Smartphone* Samsung memiliki keandalan dalam hal keamanan.
- 7) *Smartphone* Samsung memiliki *servis center* yang memudahkan konsumen melakukan perbaikan.
- 8) *Smartphone* Samsung memberikan kesan yang keren kepada penggunanya.
- 9) *Smartphone* Samsung memiliki desain yang mewah dan elegan.

d. Harga (X3)

Menurut Indrasari (2019:36) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa.

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019:42-43) terdapat 6 indikator yang mencirikan harga, yakni:

- 1) Keterjangkauan harga
Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target pasar yang dipilih.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Kualitas produk yang menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.
- 3) Daya saing harga
Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat
Konsumen akan merasa puas ketika mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai-nilai yang dikeluarkan.
- 5) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan
Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

Berdasarkan indikator harga, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Harga *smartphone* Samsung terjangkau oleh semua kalangan.
- 2) Harga *smartphone* Samsung bervariasi sesuai dengan kualitas produk.
- 3) Harga *smartphone* Samsung dapat bersaing dengan *Smartphone* lainnya.
- 4) Harga *smartphone* Samsung sesuai dengan manfaat yang dihasilkan.
- 5) Harga *smartphone* Samsung dapat mempengaruhi pembelian konsumen.

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur keadaan alam atau sosial yang diteliti, sehingga variabel dapat dinyatakan sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2015:178).

Didalam penelitian ini terdapat empat instrumen yang digunakan, yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian
- b. Instrumen untuk mengukur gaya hidup
- c. Instrumen untuk mengukur kualitas produk
- d. Instrumen untuk mengukur harga

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah ordinal. Skala pengukuran digunakan sebagai acuan untuk memastikan panjang pendeknya ordinal alat ukur, dari alat yang disiapkan maka akan mengeluarkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015:167). Sehingga dalam penelitian ini dapat ditentukan

tabel instrumen yang dipakai dari pengumpulan data meliputi variabel, indikator, item pernyataan, skala pengukuran, dan sumber data yang dicermati pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk	Saya membeli <i>smartphone</i> Samsung setelah mengetahui kelebihan dan kekurangan.	Ordinal	Kotler dan Armstrong dalam Ramadhanty (2022)
		Memutuskan membeli karena merek yang disukai	Saya membeli <i>smartphone</i> Samsung karena merek yang disukai.		
		Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan	Saya membeli <i>smartphone</i> Samsung karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.		
		Membeli karena mendapatkan rekomendasi orang lain	Saya membeli <i>smartphone</i> Samsung karena rekomendasi orang lain.		
2.	Gaya Hidup (X ₁)	Aktivitas (<i>Activities</i>): Bekerja, hobi, liburan, komunitas, dan belanja.	<i>Smartphone</i> Samsung membantu aktivitas <i>on line</i> konsumen.	Ordinal	Kotler dan Keller (2016)
		Minat (<i>Interest</i>): Keluarga, rumah, media, rekreasi, dan makanan.	<i>Smartphone</i> Samsung adalah merek <i>popular</i> sehingga menarik minat konsumen.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
		Opini (<i>Opinion</i>): Diri sendiri, pendidikan, produk, dan budaya	<i>Smartphone</i> Samsung memberikan berbagai manfaat yang lebih dibanding merek lain.		
3.	Kualitas Produk (X_2)	Bentuk (<i>form</i>)	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki berbagai ukuran yang nyaman digunakan.	Ordinal	Kotler dan Keller (2016)
		Fitur (<i>feature</i>)	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki fitur menarik yang dibutuhkan konsumen.		
		Kualitas kinerja (<i>performance quality</i>)	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki kinerja yang lebih baik dari merek lain.		
		Kesan kualitas (<i>perceived quality</i>)	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki citra merek yang baik sehingga terkesan berkualitas.		
		Ketahanan (<i>durability</i>)	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki ketahanan baterai yang baik dibanding merek lain.		
		Keandalan (<i>reability</i>)	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki keandalan dalam hal keamanan.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
		Kemudahan perbaikan (<i>repairability</i>)	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki <i>servis center</i> yang memudahkan konsumen melakukan perbaikan.		
		Gaya (<i>style</i>)	<i>Smartphone</i> Samsung memberikan kesan yang keren kepada penggunaanya.		
		Desain (<i>design</i>)	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki desain yang mewah dan elegan.		
4.	Harga (X_3)	Keterjangkauan harga	Harga <i>Smartphone</i> Samsung terjangkau oleh semua kalangan.	Ordinal	Kotler dalam Indrasari (2019)
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga <i>Smartphone</i> Samsung bervariasi sesuai dengan kualitas produk.		
		Daya saing harga .	Harga <i>Smartphone</i> Samsung dapat bersaing dengan <i>Smartphone</i> lainnya.		
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga <i>Smartphone</i> Samsung sesuai dengan manfaat yang dihasilkan.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
		Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan	Harga <i>Smartphone</i> Samsung dapat mempengaruhi pembelian konsumen.		

Sumber : Data Diolah Penulis Tahun 2024

3.7. Metode Pengumpulan Data

3.7.1. Wawancara

Wawancara adalah cara yang digunakan untuk menggali informasi atau data dimana peneliti atau pewawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan (Sugiyono, 2015:317). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan para konsumen *Smartphone* Samsung di kecamatan Lumajang. Peneliti memberikan pertanyaan kepada responden dengan cara berkomunikasi secara langsung, namun apabila tidak memungkinkan maka pertanyaan tersebut diberikan melalui sarana alat komunikasi lainnya seperti *Whatsapp*. Pertanyaan yang diajukan peneliti mengenai gaya hidup, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

3.7.2. Kuesioner

Kuesioner merupakan cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pertanyaan ataupun pernyataan berupa tulisan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015:230). Kuesioner disebarkan kepada para konsumen *Smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang. Penyebaran kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai gaya hidup, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian *Smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang.

Pengumpulan data mengenai variabel gaya hidup, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pertanyaan yang dicantumkan di kuesioner. Skor yang diberikan pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan sebagai pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015:168).

Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

Tabel 3. 2 Bentuk Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2015:168) Skala *Likert*

3.8. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:244) teknik analisis data adalah proses menemukan dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Sebelum peneliti melakukan uji pengaruh, perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas. Setelah itu akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus berdistribusi normal terbebas dari Multikolinearitas dan Heterokedastisitas.

3.8.1. Pengujian Instrumen

a) Uji Validitas

Menurut Riduwan (2018:109) mengemukakan bahwa validitas merupakan tolak ukur dalam membuktikan ketepatan serta keandalan alat ukur yang digunakan dengan menentukan terlebih dahulu korelasi antara elemen alat ukur secara menyeluruh seperti mengkorelasikan elemen alat ukur dengan elemen total.

Analisis faktor dilakukan dengan mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Apabila korelasi setiap faktor positif dan besarnya adalah 0,3 keatas maka faktor tersebut adalah *construt* yang kuat. Namun apabila korelasi antara skor butir dan skor total nilainya dibawah 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2017:173).

b) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:190) uji reabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil dari dua atau lebih pengukuran dari gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama menghasilkan data yang sama. Uji reabilitas dapat dilaukan dengan melihat koefisien *cronbach alpha* (α) (Nugroho dalam Kusuma, 2021:170). Koefisien *cronbach alpha* (α) menandakan sejauh mana konsisten responden pada saat menjawab instrument yyang dinilai. Pengukuran dengan menggunakan *cronbach alpha* (α) akan menghasilkan nilai *alpha* pada skala 0-1, yang dapat digolongkan kedalam 5 kelas.

Berikut nilai dari masing-masing kelas serta tingkat indeks kriteria reabilitas sebagai beriku:

Tabel 3. 3 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	<i>Interval Cronbach Alpha (A)</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00-0,20	Kuranga Reliabel
2.	0,201-0,40	Agak Reliabel
3.	0,401-0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601-0,80	Reliabel
5.	0,801-1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho dalam Kusuma (2021:170).

3.8.2. Pengujian Asumsi Klasik

Menurut Gozali (2018:159) pengujian asumsi klasik merupakan langkah awal yang digunakan sebelum analisis linier berganda. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa koefisien regresi tidak bias, konsisten dan memiliki estimasi yang akurat. Uji asumsi klasik yang baik harus menunjukkan bahwa pengujian yang dilakukan lolos dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas data sehingga dapat dilakukan pengujian analisis linierberganda.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Uji-t dan uji-F menyatakan bahwa residual berdistribusi normal. Oleh karena itu, jika residual terbukti tidak berdistribusi normal, uji statistik tidak valid untuk ukuran sampel kecil. Terdapat dua cara dalam pengujian normalitas yaitu melalui analisis grafik (uji *Skewness*) dan analisis statistik (uji statistik *non-parametik Kolmogorov-Smirnov*) Ghozali (2018:161).

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2016:129) Uji multikolinearitas merupakan suatu keadaan dimana terdapat hubungan linier yang sempurna atau mendakati sempurna antara dua atau lebih variabel bebas dalam satu model regresi. Model regresi yang baik harus terbebas dari masalah multikolinearitas. Alat uji yang digunakan sebagai pegnuji gangguan multikolinearitas yaitu dengan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance* pada *table coefficient*. Metode pengambilan keputusan adalah jika *tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10 maka tida terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:137) beralasan untuk memahami apakah ada ketidaksamaan dalam variasi antara residual dua pengamatan dalam model regresi. Jika ada kesamaan, itu disebut homoskedastisitas, dan jika ada ketidaksamaan, itu disebut heteroskedastisitas. Tidak ada heteroskesdatisitas atau homoskedastisitas dalam model regresi yang baik.

Berdasarkan Ghazali (2016:134) agar bisa terdeteksi ada ataupun tidaknya heteroskedastisitas bisa diamati melalui grafik *scatter plot* diantara SRESID dengan ZPRED serta sumbu Y termasuk Y yang sudah diperkirakan, sekaligus sumbu X ialah residualnya.

Berikut ini adalah asas yang akan digunakan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan apakah heteroskesdatisitas ada atau tidak:

- a. Pola penentuank (misalnya, pola gelombang, melebar, dan menyempit) menunjukkan heteroskdastisitas.
- b. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika ada corak yang jelas, dan tidak ada titik di sumbu Y diatas atau dibawah angka 0.

3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2016:107) “tujuan analisis garis regresi adalah untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan antara dua atau lebih variabel bebas jika dibandingkan dengan satu variabel terikat”.

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 GH + \beta_2 KP + \beta_3 H + e$$

Keterangan:

KP : Keputusan pembelian

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi gaya hidup

b2 : Koefisien regresi kualitas produk

b3 : Koefisien regresi harga

GH: Nilai variabel gaya hidup

KP : Nilai variabel kualitas produk

H : Nilai variabel harga

e : Error

Penggunaan analisis regresi linier berganda ini bermanfaat untuk memahami adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen yang mencakup gaya hidup, kualitas produk dan harga dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dimungkinkan juga untuk memahami beberapa hubungan yang relatif dekat antara variabel independen dan variabel independen lainnya.

3.8.4. Pengajuan Hipotesis

Setelah memperoleh persamaan regresi linier berganda, maka akan dilakukan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (gaya hidup, kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian), baik secara parsial maupun simultan dan variabel independen manaah yang lebih dominan terhadap variabel dependen.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji-t berfungsi untuk meberikan bukti terhadap variabel independen secara parsial bahwa memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini peneliti mengajukan dua hipotesis yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol dinyatakan dengan anggapan benar dan kemudian dibuktikan salah dengan sampel yang ada, sedangkan hipotsis alternatif disebutkan harus mempunyai kebenaran ketika hipotesis nol dibuktikan salah (Widarjono, 2015:22)

Langkah yang dilakukan dalam melakukan Uji-t adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

- a. H_1 : Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung di Kecamatan Lumjang
- b. H_2 : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang
- c. H_3 : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang

2) Menentukan *level of significance* ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) :

- a) Jika nilai signifikan $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.
 - b) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.
- 3) Menentukan kriteria pengujian
- a) Jika $-t_{\text{tabel}} > -t_{\text{hitung}}$, $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b) Jika $-t_{\text{tabel}} < -t_{\text{hitung}}$, $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 4) Menentukan nilai t hitung dengan rumus.

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standart Error}}$$

- 5) Membuat kesimpulan dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{table} berdasarkan signifikansi dengan kriteria yang telah ditetapkan.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Bahri (2018:192) mengemukakan bahwa koefisien determinasi (R^2) mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen atau bisa juga dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diketahui dengan *R-Square* atau *Adjusted R-Square* sebagai tolak ukurnya. *R-Square* biasanya digunakan pada penelitian dengan satu variabel independen (regresi linier sederhana), sedangkan *Adjusted R-Square* digunakan pada penelitian yang menggunakan lebih dari satu variabel independen (regresi

linier berganda). Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0-1. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) = 0 menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan jika Nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 1 berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan model semakin tepat. Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini menggunakan *R-Square* dan digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kecamatan Lumajang.

