

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2012:56) hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi)”.“Desain penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explonatory research*) yaitu menjelaskan hubungan antara satu variabel lainnya” (umar, 2008:166).

Rancangan penelitian yang dilaksanakan adalah bersifat kuantitatif yakni “penelitian asosiatif (*explanatory research*), penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui berapa besar kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta besarnya arah hubungan yang terjadi” (umar, 2008:166).

Ada jenis teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Teknik tersebut digunakan untuk menganalisis variabel independen (X) yaitu gaya hidup yang terdiri dari aktivitas, minat dan opini terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu gaya hidup (X1) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

#### 3.2 Obyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38) “objek penelitian adalah suatu atribut, sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun sebagai obyek penelitian adalah variabel independen berupa Aktivitas ( $X_1$ ), Minat ( $X_2$ ), Opini ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen (Y) berupa keputusan pembelian. Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah Toko Lab. Persada. Dengan alasan sebagai berikut:

- a. Perkembangan Toko Lab. Persada yang cukup besar.
- b. Dukungan kepada pemilik toko untuk melakukan penelitian di Toko Lab. Persada.
- c. Kemudahan data- data yang mengambil untuk mendapatkan guna menunjang validitas dari penelitian.
- d. Lokasi objek penelitian yang berada pusat kota Lumajang memudahkan peneliti melakukan penelitian.

### **3.3 Sumber dan Jenis Data**

#### **3.3.1 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal. Data internal merupakan data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi di mana riset dilakukan” (Husein, 2008:42). Data internal yang digunakan penelitian ini diperoleh dari Toko Lab.Persada berupa profil umum, pembelian, dan data penjualan *iphone*.

#### **3.3.2 Jenis Data**

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa digunakan oleh peneliti” (Husein, 2008:42).

Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian bersumber dari hasil pengisian kuisioner oleh responden yaitu konsumen Toko Lab.Persada berupa pertanyaan- pertanyaan responden untuk mempresentasikan Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian *smartphone* Iphone di Toko Lab Persada.

### **3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

“Populasi didefinisikan sebagai jumlah semua anggota yang diteliti” (Istijanto, 2010:115).

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”(Sugiyono, 2012:115).

Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang melakukan pembelian *smartphone* Iphone di Toko Lab.Persada periode Bulan Februari sampai dengan Mei 2018.

#### **3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel**

“Sampel merupakan bagian yang diambil dari populasi” (Istijanto,2010:115).

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono,2012:116).

Ada dua teknik yang dapat dilakukan dalam pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Namun teknik pengambilan

sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan metode *simple random sampling*.

“*Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sample yang memberikan kesempatan yang sama untuk diambil pada setiap elemen populasi” (Darmawan, 2013:144).

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh *roscoe* seperti yang dikutip dalam (Sugiyono,2009:129):

- e. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500
- f. Bila sampel dalam katagori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain lain) maka jumlah anggota sampel setiap katagori minimal 30.
- g. Bila dalam penelitian ini akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal sepuluh (10) kali dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk didalamnya ada jumlah variabel independen dan dependen.
- h. Untuk penelitian eksperimen sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing masing antara 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil minimal =  $10 \times 4$  Variabel = 40 anggota sampel. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah  $10 \text{ konsumen} \times 4 \text{ variabel} = 40 \text{ sampel}$ .

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **3.5.1 Kuisisioner**

Menurut Sugiyono (2014:142),

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan terdistribusi di wilayah yang luas. Kuisisioner dapat

berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Sunyoto (2013:132) “kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi”.

Adapun bentuk skala likert menurut Sunyoto (2013:132), sebagai berikut:

1. Sangat setuju/(SS) diberi skor = 5
2. Setuju/(ST) diberi skor = 4
3. Ragu – ragu/Netral (RG) diberi se = 3
4. Tidak setuju/ (TS) diberi skor = 2
5. Sagat tidak setuju/ (STS) diberi skor = 1

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner yang diisi oleh responden atau pelanggan dibuat dalam bentuk pertanyaan dimana dalam kuesioner sudah disediakan alternatif jawaban dari setiap item pertanyaan. Dalam pelaksanaan pengisian responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sekiranya cocok dengan keadaan yang dialami.

### 3.5.2. Wawancara

Menurut Burke Johnson dan Larry Cristensen ( dalam Wibowo, 2015:188) menyatakan bahwa *interview is a data collection method in which an interviewer the researcher or someone working for the researcher) ask question of an interviewer the research participant*). Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneiliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan konsumen pembeli *smartphone* merek *iphone* di toko Lap persada lumajang.

Menurut Nasir (dalam Sunyoto 2013:133) “Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil tatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si pejawab atau responden”.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pelanggan Toko Lab. Persada Lumajang.

### **3.5.3 Observasi**

Menurut Hadi (dalam sugiyono (2014:145) Mengemukakan bahwa “obsevasi merupakan suatu proses yang kompleks. Suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis’.

Menurut Iqbal (dalam Sunyoto (2013:133) “Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan terjun dan melihat langsung kelapangan untuk melakukan pengamatan terhadap obyek yang diteliti (populasi)”.

### **3.5.4 Dokumentasi**

Noor (2016:141) ”Dokumentasi sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk, surat, catatan haria, cendera mata, laporan, artefak dan foto”.

Ibrahim (2015:93) “Dokumen atau dokumentasi dalam penelitian mempunyai dua makna yaitu pertama, dokumen yang dimaksud sebagai alat ukti, tentang sesuatu, termasuk catatan – catatan, foto, rekaman video, atau apapun yang dihasilkan oleh seseorang peneliti. Dokumen bentuk ini lebih cocok disebut sebagai dokumentasi kegiatan atau kenang – kenangan”.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-coppy dokumen – dokumen yang ada dilokasi

penelitian serta dengan membaca literatur – literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

### **3.5.5 Studi Pustaka**

Afizal (2016:122) “Studi pustaka adalah penyajian hasil bacaan literatur yang telah dilakukan oleh peneliti. Literatur meliputi buku, artikel di jurnal dan makalah seminar. Buku adalah publikasi yang memiliki ISBN dan jurnal adalah publikasi yang memiliki ISSN”.

## **3.6 Variabel Penelitian**

### **3.6.1 Identifikasi Variabel**

“Variabel didalam penelitian merupakan suatu atribut dari sekelompok obyek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut” (Sugiyono, 1997 dalam Husein, 2008:48).

“Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2012:59).

Variabel penelitian ini terdapat 2 (dua) macam variabel yaitu:

#### **a. Variabel independen**

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Definisi dari variabel bebas menurut Sugiyono (2012:59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Gaya Hidup yang terdiri dari aktivitas (X1), minat (X2), dan opini (X3).

## b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Definisi dari variabel terikat menurut Sugiyono (2012:59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

### 3.6.2 Definisi Konseptual Variabel

#### 3.6.2.1 Aktivitas

Aktivitas adalah tindakan nyata. Aktivitas ini dapat berupa kerja, hobi, kegiatan sosial, liburan, hiburan, anggota klub, masyarakat, belanja dan olahraga. Aktivitas (kegiatan) konsumen merupakan karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan adanya aktivitas konsumen, perusahaan dapat mengetahui kegiatan apa saja yang dapat dilakukan oleh pasar targetnya, sehingga mempermudah perusahaan untuk menciptakan strategi-strategi dari informasi yang didapatkan tersebut.

#### 3.6.2.2 Minat

Minat adalah tindakan keagungan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus. Minat atau ketertarikan setiap manusia berbeda-beda. Adakalanya manusia tertarik pada makanan, adakalanya manusia tertarik pada mode pakaian, dan sebagainya. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu memahami minat dan hasrat para pelanggannya. Dengan memahami minat pelanggannya, dapat memudahkan perusahaan untuk menciptakan konsep pemasaran yang mempengaruhi proses pembelian para pasar targetnya.

#### 3.6.2.3 Opini

Opini adalah jawaban lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang.



### **3.6.2.4 Keputusan Pembelian (Y)**

“Menurut Kotler (2009:235) Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber- sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian.”

### **3.6.3 Definisi Oprasional Variabel**

#### **3.6.3.1 Gaya Hidup (X)**

Definisi operasional gaya hidup dalam penelitian ini adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Penggunaan *Smartphone* merek Iphone di Toko Lab. Persada yang dipicu oleh, aktivitas, minat dan opini. Adapun indikator pengukuran dari variabel gaya hidup dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

##### **3.6.3.1.1 Aktivitas (X1)**

Definisi operasional aktivitas dalam penelitian ini adalah karakteristik konsumen dalam menggunakan *smartphone* merek Iphone di Toko Lab. Persada atas aktivitas konsumen terhadap keputusan membeli. Adapun indikator pengukuran dari variabel aktivitas dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Bekerja
- b. Hobi
- c. Kegiatan sosial
- d. Liburan

- e. Hiburan
- f. Anggota klub
- g. Masyarakat
- h. Belanja
- i. Olahraga

Untuk menjaring pendapat responden mengenai variabel aktivitas, maka dibuat pernyataan berdasar indikator tersebut diatas.

- a. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena tuntutan pekerjaan saya
- b. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena hobi yang saya miliki
- c. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena terkait dengan kegiatan sosial.
- d. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena untuk liburan saya.
- e. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena terkait dengan hiburan saya.
- f. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena terkait dengan anggota klub saya.
- g. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena terkait dengan masyarakat.
- h. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena untuk belajar saya.
- i. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena olahraga yang saya miliki.

#### **3.6.3.1.2 Minat (X2)**

Definisi operasional minat dalam penelitian ini adalah ketertarikan konsumen dalam menggunakan *smartphone* merek Iphone di Toko Lab. Persada yang dipicu oleh hasrat terhadap keputusan membeli. Adapun indikator pengukuran dari variabel minat dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Keluarga
- b. Rumah
- c. Pekerjaan
- d. Masyarakat
- e. Rekreasi
- f. Fashion
- g. Makanan
- h. Media
- i. Keberhasilan

Untuk menjangkau pendapat responden mengenai variabel minat, maka dibuat pernyataan berdasar indikator tersebut diatas.

- a. Saya membeli *smartphone iphone* karena dipengaruhi oleh keluarga.
- b. Saya membeli *smartphone iphone* karena bisa bertransaksi di rumah.
- c. Saya membeli *smartphone iphone* karena bisa dipakai untuk melakukan pekerjaan.
- d. Saya membeli *smartphone iphone* karena terkait dengan masyarakat.
- e. Saya membeli *smartphone iphone* karena kebutuhan rekreasi saya.
- f. Saya membeli *smrphone iphone* karena bisa dipakai untuk fashion saya.
- g. Saya membeli *smartphone iphone* karena bisa di pakai memposting makanan.
- h. Saya membeli *smartphone iphone* karena terkait dengan media sosial.
- i. Saya membeli *smartphone iphone* karena terkait dengan keberhasilan usaha saya.

### 3.6.3.1.3 Opini (X3)

Definisi operasional variabel opini dalam penelitian ini adalah respon konsumen dalam menggunakan *smartphone* merek Iphone di Toko Lab.Persada atas harapan dan kepercayaan terhadap situs pembeli. Adapun indikator pengukuran dari variabel opini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Diri sendiri
- b. Isu sosial
- c. Politik
- d. Bisnis
- e. Ekonomi
- f. Pendidikan
- g. Produk
- h. Masa depan
- i. Budaya



Untuk menjaring pendapat responden mengenai variabel minat, maka dibuat pernyataan berdasar indikator tersebut diatas.

- a. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena kemauan diri sendiri saya.
- b. Saya membeli *smartpone* merek *iphone* karena isu sosial di masyarakat.
- c. Saya membeli *smarphone* merek *iphone* karena bisa dipakai untuk politik.
- d. Saya membeli *smrtphone* merek *iphone* karena terkait dengan bisnis saya.
- e. Saya membeli *smarphone* merek *iphone* karena kebutuhan ekonomi saya.
- f. Saya membeli *smrtphone* merek *iphone* karena kebutuhan pendidikan saya.
- g. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena produk nya canggih.

- h. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena bisa dipakai untuk masa depan saya.
- i. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena terkait dengan budaya di lingkungan sekitar.

### 3.6.3.2 Keputusan Pembelian (Y)

Definisi operasional keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa, pencarian informasi, penilaian sumber- sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah membeli *smarphone* merek Iphone di Toko Lab.Persada. Adapun indikator dari variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Keinginan untuk menggunakan produk
- b. Keinginan untuk membeli produk
- c. Keyakinan dalam membeli
- d. Prioritas dalam membeli
- e. Pertimbangan manfaat produk.

Untuk menjangring pendapat responden mengenai variabel minat, maka dibuat pernyataan berdasar indikator tersebut diatas.

- a. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena saya ingin menggunakan produk *smartphone iphone*.
- b. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena keinginan saya untuk membeli produk *smartphone iphone*.
- c. Saya mantap memilih *smartphone* merek *iphone* karena ketika membeli *smartphone* tanpa ada pertimbangan lainnya.

- d. Saya memprioritaskan membeli *smartphone* merek *iphone* karena fitur yang dimiliki lebih baik dibandingkan alternatif merek *smartphone* lainnya.
- e. Saya membeli *smartphone* merek *iphone* karena sangat bermanfaat menunjang kebutuhan komunikasi saya.

### 3.7 Instrmen Penelitian

“Instrumen dalam penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial diamati” (Sugiyono,2012:146).

Secara spesifik semua fenomena disebut variabel penelitian. Terdapat 5 (lima) instrumen penelitian, diantaranya:

- a. Instrumen untuk mengukur gaya hidup
- b. Instrumen untuk mengukur aktivitas
- c. Instrumen untuk mengukur minat
- d. Instrumen untuk mengukur opini
- e. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Tabel 3.1

#### Variabel, Indikator Penelitian dan Instrumen Pernyataan

| No | Variabel                       | Indikator                              | Instrumen   | Skala   |
|----|--------------------------------|--|---|---------|
| 1. | Aktivitas<br>(X <sub>1</sub> ) | Bekerja<br>(X <sub>1.1</sub> )         | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena tuntutan pekerjaan saya.        | Ordinal |
|    |                                | Hobi<br>(X <sub>1.2</sub> )            | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena hobi yang saya miliki           | Ordinal |
|    |                                | Kegiatan sosial<br>(X <sub>1.3</sub> ) | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena terkait dengan kegiatan sosial. | Ordinal |
|    |                                | Liburan<br>(X <sub>1.4</sub> )         | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena untuk liburan saya.             | Ordinal |
|    |                                | Hiburan                                | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena terkait                         | Ordinal |

|    |                            |                                     |   |         |
|----|----------------------------|-------------------------------------|---|---------|
|    |                            | (X <sub>1.5</sub> )                 | dengan hiburan saya.  |         |
|    |                            | Anggot club<br>(X <sub>1.6</sub> )  | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena terkait dengan anggota klub saya.       | Ordinal |
|    |                            | Masyarakat<br>(X <sub>1.7</sub> )   | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena terkait dengan masyarakat.              | Ordinal |
|    |                            | Belanja<br>(X <sub>1.8</sub> )      | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena untuk belanja saya.                     | Ordinal |
|    |                            | Olahraga<br>(X <sub>1.9</sub> )     | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena olahraga yang saya miliki.              | Ordinal |
| 2  | Minat<br>(X <sub>2</sub> ) | Keluarga<br>(X <sub>2.1</sub> )     | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena dipengaruhi oleh keluarga.              | Ordinal |
|    |                            | Rumah<br>(X <sub>2.2</sub> )        | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena bisa bertransaksi di rumah.             | Ordinal |
|    |                            | Pekerjaan<br>(X <sub>2.3</sub> )    | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena bisa dipakai untuk melakukan pekerjaan. | Ordinal |
|    |                            | Masyarakat<br>(X <sub>2.4</sub> )   | Saya membeli <i>smartphone</i> i merek <i>phone</i> karena terkait dengan masyarakat.             | Ordinal |
|    |                            | Rekreasi<br>(X <sub>2.5</sub> )     | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena kebutuhan rekreasi saya.                | Ordinal |
|    |                            | Fashion<br>(X <sub>2.6</sub> )      | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena bisa dipakai untuk fashion saya.        | Ordinal |
|    |                            | Makanan<br>(X <sub>2.7</sub> )      | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena bisa di pakai memposting makanan        | Ordinal |
|    |                            | Media<br>(X <sub>2.8</sub> )        | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena terkait dengan media sosial.            | Ordinal |
|    |                            | Keberhasilan<br>(X <sub>2.9</sub> ) | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena terkait dengan keberhasilan usaha saya. | Ordinal |
| 3. | Opini<br>(X <sub>3</sub> ) | Diri sendiri<br>(X <sub>3.1</sub> ) | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena terkait dengan keberhasilan usaha saya. | Ordinal |
|    |                            | Isu sosial                          | Saya membeli <i>smartphone</i>  | Ordinal |

|   |                         |  |  |         |
|---|-------------------------|--|--|---------|
|   |                         | (X <sub>3.2</sub> )                                  | merek <i>iphone</i> karena isu sosial di masyarakat.   |         |
|   |                         | Politik<br>(X <sub>3.3</sub> )                       | Saya membeli <i>smarphone</i> merek <i>iphone</i> karena bisa dipakai untuk politik.   | Ordinal |
|   |                         | Bisnis<br>(X <sub>3.4</sub> )                        | Saya membeli <i>smrtphone</i> merek <i>iphone</i> karena terkait dengan bisnis saya  | Ordinal |
|   |                         | Ekonomi<br>(X <sub>3.5</sub> )                       | Saya membeli <i>smarphone</i> merek <i>iphone</i> karena kebutuhan ekonomi saya.   | Ordinal |
|   |                         | Pendidikan<br>(X <sub>3.6</sub> )                    | Saya membeli <i>smrtphone</i> merek <i>iphone</i> karena kebutuhan pendidikan saya.  | Ordinal |
|   |                         | Produk<br>(X <sub>3.7</sub> )                        | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena produk nya canggih.  | Ordinal |
|   |                         | Masa depan<br>(X <sub>3.8</sub> )                    | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena bisa dipakai untuk masa depan saya   | Ordinal |
|   |                         | Budaya<br>(X <sub>3.9</sub> )                        | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena terkait dengan budaya di lingkungan sekitar  | Ordinal |
| 4 | Keputusan Pembelian (Y) | Keinginan untuk menggunakan produk (Y <sub>1</sub> ) | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena saya ingin menggunakan produk <i>smartphone</i> <i>iphone</i> .  | Ordinal |
|   |                         | Keinginan untuk membeli produk (Y <sub>2</sub> )     | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena keinginan saya untuk membeli produk <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> .                            | Ordinal |
|   |                         | Keyakinan dalam membeli (Y <sub>3</sub> )            | Saya mantap memilih <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena ketika membeli <i>smartphone</i> tanpa ada pertimbangan lainnya                                 | Ordinal |
|   |                         | Prioritas dalam membeli (Y <sub>4</sub> )            | Saya memprioritaskan membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena fitur yang dimiliki lebih baik dibandingkan alternatif merek <i>smartphone</i> lainnya | Ordinal |
|   |                         | Pertimbangan manfaat produk                          | Saya membeli <i>smartphone</i> merek <i>iphone</i> karena sangat   | Ordinal |



|  |  |                   |   |  |
|--|--|-------------------|---|--|
|  |  | (Y <sub>5</sub> ) | bermanfaat menunjang kebutuhan komunikasi saya. |  |
|--|--|-------------------|---|--|

Sumber: Suwarman (2011;47) dan Chang (2003) dalam setiaji (2008).

### 3.8. Teknik Analisis Data

“Teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul” (Sugiyono, 2014:76).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat uji SPSS. Namun sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedsticity*).

#### 3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang digunakan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuisioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

##### 3.8.1.1. Pengujian Validitas

“Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti” (Sugiyono, 2012:455).

Dengan demikian data yang valid adalah data yang berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

“Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur” (Husein, 2008:59).

Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkorelasi skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefesien korelasi
- n = Jumlah observasi/ responden
- X = Skor butir
- Y = Skor total

(Husein, 2008;131).

“Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid” (Sugiyono, 2012:178).

### 3.8.1.2. Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas atau uji kehandalan adalah uji konsistensi responden menjawab pertanyaan kuisioner. Misalkan kita mengirimkan kuisioner kepada manajer sebagai responden, akan tetapi responden manajer sibuk dan diberikan

satpam untuk mengisinya. Jawaban responden satpam pasti akan tidak konsisten atau asal – asalan menjawab karena tidak tahu persis terhadap pertanyaan kuisioner, jawaban yang asal- asalan ini pasti tidak reliabel. Konsistensi jawaban biasanya di uji dengan Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) (Ghozali, 2013:147).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.2**

**Indeks Kriteria Reliabilitas**

| No | Interval Alpha Cronbach | Tingkat Reliabilitas |
|----|-------------------------|----------------------|
| 1. | 0,00 – 0,20             | Kurang 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 data : Yohanes Anton Nugroho (2011:33).

**3.8.2. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda**

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi- asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi- asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Asumsi- asumsi tentang regresi linier berganda diantaranya sebagai berikut:

1. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
2. Variabel dependen harus kontinu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi Y. Artinya, nilai  $(Y-Y')$  harus sama untuk nilai  $Y'$ . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut 'homoscedasticity'. Selain itu, nilai residual atau  $(Y-Y')$  harus terdistribusi secara normal dengan rata- rata nilai nol.

3. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut “*autocorelation*” atau “autokorelasi”. Autokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
4. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel- variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif) disebut “*multicollinearity*” (Lukas, 2009:184).

Karena jenis data dalam penelitian ini bukan data *times series*, maka asumsi

dasar regresi linier berganda yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah data yang harus berdistribusi normal, bebas multikolinieritas dan heterokedastisitas.

### 3.8.2.1. Uji Normalitas

Penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus berdistribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak bias, pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada dalam distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Normalitas dari distribusi dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- a. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape*). Distribusi normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di satu titik di tengah.
- b. Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan rumus skewness, untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistik yaitu nilai skewness bernilai positif berarti sebaran data menceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng ke kanan.

$$Z = \frac{\text{Skewness}}{\sqrt{6}/N}$$

$$\sqrt{6}/N$$

Selanjutnya nilai Z hitung dibandingkan dengan nilai Z tabel, tanpa memperhatikan tandanya jika nilai Z hitung lebih kecil dari nilai Z tabel maka asumsi normalitas terpenuhi atau data dalam distribusi normal.

- c. Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirov* (Mudrajat Kuncoro, 2007:94).

“Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat normal *probability plot* pada *output* SPSS, jika nilai – nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi” (Singgih Santoso, 2012:361).

### 3.8.2.2. Uji Multikolinieritas

“Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen” (Husein, 2008:177).

Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi.

Ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas, diantaranya:

1. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinieritas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolinieritas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinieritas dapat saja ada walau korelasi dalam keadaan rendah.
2. Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika  $R^2$  sangat tinggi tetapi masing- masing  $r^2$  parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa variabel- variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu diantaranya berlebihan. Tetapi dapat saja  $R^2$  tinggi masing- masing  $r^2$  juga tinggi sehingga tak ada jaminan terjadinya multikolinieritas (Husein, 2008:140).

“Untuk mengetahui data tersebut memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat output SPSS pada *table coefficient* jika nilai VIF (*variance inflation factor*) di bawah angka 10 ( $VIF < 10$ ) atau nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 berarti tidak menjadi multikolinieritas”(Singgih Santoso, 2012:92).

### 3.8.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas (Husein Umar, 2008:179).

Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik di atas, dimana sumbu X adalah sumbu Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di *studentized*. Adapun dasar pengambilan keputusan ada tidaknya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik- titik (*point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Santoso,2010;210).

### 3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen (Y), (Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramulya, 2015:157).

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat perkiraan Y atas X. Data yang digunakan untuk variabel independen X dapat berupa data pengamatan yang tidak ditetapkan sebelumnya oleh peneliti atau disebut data primer maupun data yang telah ditetapkan (dikontrol) oleh peneliti sebelumnya atau disebut data sekunder (Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramulya, 2015:158).

Formula untuk regresi linier berganda dalam persamaan matematika pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

|    |                       |
|----|-----------------------|
| Y  | = Keputusan Pembelian |
| X1 | = Aktivitas           |
| X2 | = Minat               |
| X3 | = Opini               |
| a  | = Nilai Kostan        |

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = Nilai Koefisien Regresi

$e$  = Variabel Pengganggu

Dengan analisis regresi linier berganda ini juga dapat diketahui variabel mana diantara variabel independen yaitu aktivitas, minat dan opini yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

### 3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Baik secara parsial, simultan maupun secara determinasi.

#### 3.8.4.1. Uji Statistika t (Uji Parsial)

Menurut Kuncoro (2009:238) Uji Statistika t (Uji Signifikan Parsial) merupakan uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individu dalam menerangkan variasi variabel terikat. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh dimensi gaya hidup yang terdiri dari aktivitas, minat dan opini secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek Iphone pada Toko Lab Persada Lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh pengaruh dimensi gaya hidup yang terdiri dari aktivitas, minat dan opini secara parsial signifikan terhadap

keputusan pembelian handphone merek Iphone pada Toko Lab  
Persada Lumajang

- b. Menentukan level of signifikan dengan  $(\alpha) = 0,05$  atau 5%
- c. Menentukan kriteria pengujian

Jika  $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

- d. Menentukan nilai thitung dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefesien}}{\text{Standard Error}}$$

- e. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

#### 3.8.4.2. Uji Statistik F (Uji Signifikan Simultan)

Menurut Kuncoro (2009:239) Uji Statistik F (Signifikan Simultan) merupakan uji yang menunjukkan apakah semua variabel bebas terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh dimensi gaya hidup yang terdiri dari aktivitas, minat dan opini secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek Iphone pada Toko Lab Persada Lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh dimensi gaya hidup yang terdiri dari aktivitas, minat dan opini secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone merek Iphone pada Toko Lab Persada Lumajang.

- b. Menentukan kriteria pengujian:

Jika  $-F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $-F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.



- c. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ .

### 3.8.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan perangkat yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2009:240). Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variabel- variabel dependen amat terbatas. Nilai mendekati 1 berarti variabel- variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing- masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien yang tinggi.

