

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Metode penelitian dikemukakan Sugiyono (2017:2) menakhlikkan suatu dasar dari ciri-ciri ilmiah dalam menjumpai selaur evidensi dengan sasaran untuk memperoleh data. analitis riset ini, peneliti mengaplikasikan pendekatan penelilitian kuantitatif.pendekatan kuantitatif menurut Sujarweni (2014:39) ialah varietas dari sebuah riset yang dilakukan dalam memanifestasikan invensi yang didapatkan dengan mengkaitgunakan aturan statistik atau dengan cara dilainnya yaitu menaksir.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Komunitas ialah distrik tergeneralisasi ditimbulkan dari suatu entitas dan gatra pangkal yang mempunyai mutu dan kriteria ditentukan dikuatkan oleh peneliti untuk ditakik sehingga dapat dijangkau konklusinya (Sugiyono, 2010:61). Penghuni dalam investigasi yakni Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

##### **3.2.2 Sampel**

Spesimen merupakan penggalan keseluruhan kuantitas karakteristik yang dimiliki komunitas (Sugiyono, 2010:62). Pengambilan dipenelitian ini sampelnya bermetode *non-probability sampling* karena tidak mengetahui ukuran secara pasti, *Non probability sampling* diartikan (Sugiyono, 2019) pengambilannya sampel

tidak diberi kesempatan yang mirip bagi tiap anggota sampel, karena dipilih

berdasarkan kriteria tertentu. dipenelitian ini diambilnya sampel dilakukan melalui purposive sampling karena dalam pengambilan sampel akan ditumpukan pada kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria yang dimaksud menyerupai :

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang pernah membeli dan menggunakan Iphone

Sugiyono (2013) berpendapat diriset akan menggunakan regresi linear berganda maka besaran unsur sampel minimum  $10x$  dari kuantitas variabel yang dikaji. Maka riset ini Variabel independen berjumlah 3 variabel dan variabel dependen sebanyak 1 variabel maka total dari keseluruhan variabel 4 variabel,  $4 \times 10 = 40$  maka jumlah yang dipergunakan ialah 100 sampel.

### **3.3 Identifikasi variabel**

#### **3.3.1 Variabel Independen (X)**

Variabel independent menganut Ridha (2017) adalah variabel yang lumrahnya disebut dengan impetus, anticipate, ancestort, atau sering disebut didalam bahasa Ibu sebagai variabel merdeka. Variabel bebas itu sendiri memiliki arti variabel mempengaruhi ataupun mencorakkan penyebab peralihan atau munculnya variabel dependen (terikat). Didalam kajian riset ini terdapat tiga Variabel bebas yaitu *Brand Image* (X1) ,Gaya Hidup Hedonisme (X2) ,*Word Of Mouth* (X3).

#### **3.3.2 Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen menurut Ridha (2017) ialah variabel yang acapkali disebut juga dengan variabel hasil, kapabilitas, dan rasional, atau sering disebutkan didalam bahasa Indonesia bagai variabel terikat.

Variabel terikat melambangkan variabel yang dihasut ataupun melahirkan

kesudahan dari variabel bebas. Didalam pengkajian ini terdapat satu Variabel terikat ialah Keputusan Pembelian (Y).

### **3.4 Definisi Operasional Variabel**

#### **3.4.1 Brand Image**

Definisi Operasional brand image dalam riset dipersembahkan nilai yg diberikan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya sebagai pengguna Iphone jumpa merek Iphone.

Pengertian *brand image* menurut Aaker dan biel seperti yang dikutip Arianty dan Andira (2021) merupakan suatu nilai yang diberi oleh konsumen terhadap merek didalam pasar. Pengukuran *brand image* dalam penelitian ini menggunakan indikator menurut Aaker & Biel seperti yang dikutip Arianty & Andira (2021) sebagai berikut :

1. Citra Perusahaan (*corporation image*)
2. Citra Produk (*product image*)
3. Citra Pemakai (*User Image*)

#### **3.4.2 Gaya hidup hedonisme**

Definisi operasional hedonisme risetnya ialah pola hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya terjadi didalam aktivitas sehari-hari dalam mencari kesenangan hidup.

Menurut Kazali seperti yang dikutip Indrawati (2015) gaya hidup hedonisme ialah serangkaian hidup yang terjadi didalam kesibukannya sehari-hari dalam mencari kesenangan hidup. Indikator gaya hidup hedonis menurut Kazali

seperti dikutip oleh Naeli dalam Indrawati (2015) sebagai berikut:

1. Cenderung *mengikuti*
2. Aksi konsumsi
3. Tempat rumah
4. Kesibukan
5. Suka dijadikan perhatian pusat

### **3.4.3 Word Of Mouth**

Definisi operasional *Word Of Mouth* kajian riset ialah aksi yang dilakukan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya selaku pemakai Iphone kepada konsumen lainnya dalam memberikan suatu informasi merek produk Iphone.

*Word of mouth* menurut Qadhafi (2017) sebuah aksi yang dijalankan konsumen kepada konsumen lainnya sebagai mengasihi suatu berita merek produk ataupun jasa. Penaksiran word of mouth dalam riset ini menggunakan indikator seperti yang dikemukakan oleh Qadhafi (2017), indicator *Word Of Mouth* dijabarkan :

1. Informasi mengenai instansi diperoleh konsumen
2. Didapatkan konsumen dorongan untuk membelanjakan suatu barang karena semangat dari orang
3. direkomendasikan dari orang lain

### **3.4.4 Keputusan Pembelian**

Definisi operasional keputusan pembelian di pengkajian ini ialah keputusan diambil oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma dalam membelanjakan didalam pengkajian ini adalah *smartphone* merek Iphone.

Dikemukakan Kotler dan Amstrong seperti dikutip (Pradana dkk, 2017) mengemukakan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah membelanjakan merk barang ataupun jasa yang sangat disukai.

Menurut Kotler, Amstrong seperti dikutip (Pradana dkk, 2017) indikator keputusan pembelian ialah :

1. Diketahui informasi produk mantap berbelanja,
2. Dikarenakan menyukai merk diputuskan membeli,
3. Kesesuaian antara keinginan dan kebutuhan diputuskan berbelanja
4. Direkomendasikan orang lalu berbelanja
5. Jenis dan Sumber Data

### **3.5.1 Jenis Data**

Klasifikasi evidensi dipergunakan dipenelitian, yakni :

#### **1. Data Kualitatif**

Mendeklarasikan Sugiyono (2015), data kualitatif ialah perangkaian berpaham ujaran, verbal, goresan. Analitis riset ini data kualitatif yang dipergunakan ialah refleksi lazim responden ditunjukkan dalam formasi kalimat pernyataan (bukan numerisasi).

#### **2. Data Kuantitatif**

Penjabaran Sugiyono (2015), data kuantitatif ialah statistik berwujud bilangan, atau data kualitatif dipoinkan. Pada riset ini data kuantitatif dipergunakan ialah biji rakitan kuesioner yang digenapi oleh responden.

### **3.5.2 Sumber Data**

Pada riset ini dipergunakan dua asal evidensi ialah :

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

Menurut Sugiyono (2015), data primer menggambarkan sumber data yang spontan menurunkan data pada penampung data. Dalam penelitian ini data primer diterima spontan dari responden melalui penyebaran kuesioner.

#### **2. Data Sekunder**

Mencetuskan Sugiyono (2015), data sekunder ialah sumber data yang insidental diberikan data ke pengamat data. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari artikel jurnal, buku, maupun internet yang memiliki hubungannya lewat topik riset.

### **3.6 Prosedur Pengumpulan Data**

Pada riset ini menggunakan kuesioner diberikan pernyataan berkaitan dengan variabel penelitian yang akan diteliti. Sugiyono (2014:199) menyatakan kuesioner melambangkan salah satu kiat akumulasi data yang mana pengumpulan data ini didapatkan dengan cara memberikan beberapa soal secara tercatat kepada responden guna diberi jawaban. Responden pada penelitian ini yakni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Pengukuran jawaban digunakanlah skala likert di kuesioner ini, Skala likert dipergunakan Ketika ingin melakukan pengukuran untuk sikap, persepsi dan pendapat tiap orang ataupun segrup orang mengenai suatu fakta sosial yang terjadi, untuk setiap soal responden wajib menjawab sebuah kalimat soal yang dipilih (Sugiyono, 2017:134). Pengukuran jawaban pada kuesioner ini menggunakan pilihan jawaban sebagai berikut.

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Tidak Setuju (TS) = 2

Netral (N) = 3

Setuju (S) = 4

Sangat Setuju (SS) = 5

### **3.7 Teknik Analisis Data**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Menunjukkan hasil semestinya berlaku akan suatu objek dengan klasifikasi yang diakumulasi peneliti dengan koesioner (Sugiyono,2014). Uji validitas diambil melalui data dengan menggunakan hubungan atau korelasi pearson product mement yaitu sebuah korelasi antar satu dengan yang lainnya dengan skor total pada satu variabel, dan pengukuran diperoleh melalui SPSS (Zahra & Rina, 2014). Menurut (Jannah, 2020) Uji validitas dapat dikatakan valid dengan memandang tingkat signifikansinya. Jikalau tingkat (signifikansi item  $<0,05$  dan korelasi  $> 0,4$ ) maka alat ukur digunakan valid berarti mempunyai validitas yang kokoh.

#### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Meneladani Indrawati (2015) reliabilitas ialah sebuah uji tersebut mengtautkan tentang sebuah pengharapan, pengendalian, keharmonian, dan sebuah kemapanan hasil didalam sebuah pengukuran. Suatu pengukuran dianggap kredibel semisal akar reliabilitas minimal 0,6 (Sugiyono,2012).

### 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Riset mengaplikasikan teknik analisis regresi linear berganda sebagai metode analisis data, dengan mempergunakan SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Teknik analisis regresi linear berganda diperuntukkan menyelidiki keabsahan hipotesis yang disajikan dalam sebuah penelitian (Sujarweni 2015). analisis regresi linear berganda ialah suatu ikatan sejajar sejumlah dua atau lebih dari variabel independen ( $X_1 \dots$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Uraian dapat memberi tahu pedoman dalam kaitannya antar variabel independen dengan variabel dependen, apakah dari variabel tersebut tiap-tiap variabel independen berkenaan secara positif atau negative, dalam memproyeksikan suatu kadar variabel dependen dilihat dari variabel independen tersebut mengalami penurunan ataupun kenaikan pada nilainya (Astriawati, 2016). Persamaan regresi pada penelitian ini ialah :

$$Y = a + B1.X1 + B2.X2 + B3.X3 + e$$

Keterangan :

$Y$  : Keputusan pembelian

$a$  : Konstanta

$B1$  : Koefisien regresi untuk *Brand image*

$B2$  : Koefisien regresi untuk Gaya hidup hedonisme

$B3$  : Koefisien regresi untuk *Word Of Mouth*

$X1$  : *Brand image*

$X2$  : Gaya hidup hedonisme

$X3$  : *Word Of Mouth*



$e$  : Nilai residu

### 3.7.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dipergunakan sebagai pemahaman sekian besar modifikasi variabel dependen (Y) yang diakibatkan oleh variabel independent (X). jikalau koefisien determinasi semakin besar, presentase modifikasi yang terjadi pada variabel dependen disebabkan oleh variabel dependen kian tinggi, begitupun sebaliknya (Sujarweni, 2015:164).

### 3.7.5 Uji T

Uji T statistik menyiratkan sejauh besar pamor satu variabel independen berkenaan variabel dependen, melalui pendapat bahwa variabel independen lainnya tetap. Uji t dipangkalkan pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2017:56).

Menurut Sasongko dan Subagio (2013) Karakteristik Uji t diaplikasikan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel bebas secara segmental terhadap variabel terikat.

Berikut adalah Langkah-langkah uji t menurut Sasongko dan Subagio (2013) :

1. Dirumuskan hipotesis statistik :

- $H_0 : b_i = 0$ , menunjukkan bahwa variabel bebas ( $X_i$ ) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- $H_a : b_i \neq 0$ , menunjukkan bahwa variabel bebas ( $X_i$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

2. Tentukan nilai  $t_{tabel}$  :

- Memilih tingkat signifikansi  $(\alpha/2) = 5\% / 2 (0,025)$
- Derajat kebebasan pembagi (df) =  $n - k - 1$

3. Perhitungan poin statistik  $t_{hitung}$  melalui cara :

$$\bullet t = \frac{bi}{SE(bi)}$$

Di mana :  $bi$  adalah koefisien regresi, dan  $SE(bi)$  adalah *standard error* koefisien regresi.

4. Kriteria perhitungan :

- $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$
- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$

Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka tidak signifikan, jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka signifikan.