

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

3.1.1 Pengertian pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian merupakan metode utama yang digunakan oleh peneliti guna melakukan pencapaian tujuan dan menyusun jawaban atas *problem* penelitian yang diajukan, layaknya yang disebutkan oleh Sukandarrumidi dalam Salma (2021). Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi pendekatan kuantitatif yang digunakan guna melakukan pengujian hipotesis, terutama guna *melakukan evaluasi* hubungan antara *life style*, kualitas item, *brand image*, dan *purchase decision* item iPhone di kalangan mahasiswa UWKS. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti guna mengolah data yang telah dikumpulkan menggunakan metode statistik, dengan tujuan menbisakan informasi yang lebih jelas mengenai hubungan antar variabel.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, diperlukan akumulasi data dan analisis data sebagai langkah-langkah utama dalam menyelesaikan penelitian ini. Akumulasi data akan dilakukan melalui teknik survei dengan menyebarkan survey kepada responden yang melakukan pemenuhan kriteria penelitian. Pendekatan ini menghibahkan kerangka kerja yang sistematis guna mengumpulkan dan menganalisis data dengan cara yang lebih terstruktur.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Dalam konteks penelitian, menurut Sugiyono (2017), populasi mengacu pada seluruh subjek atau objek penelitian yang melakukan pemenuhan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam rangka penelitian ini, populasi yang menjadi fokus ialah mahasiswa UWKS yang melakukan *buyeran* item iPhone.

3.2.2 Sampel

Menurut Syafnidawaty (2020), sampel merupakan sebagian dari populasi yang mempunyai karakteristik serupa dengan populasi itu sendiri dan bisa dianggap sebagai contoh. Menurut Suryani dan Hendryadi (2016), sampel bersifat parsial, merupakan sejumlah kecil elemen yang diambil dari populasi penelitian dan hasil penelitian itu digunakan sebagai representasi keseluruhan populasi.

Teknik yang diterapkan dalam penelitian ini ialah Non-probability Sampling karena pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan peneliti, sehingga partisipan tidak mempunyai peluang yang sama dalam pemilihan sampel. Menurut Sugiyono (2018), non-probability sampling berarti tidak semua unsur dalam populasi mempunyai peluang yang setara guna dipilih sebagai sampel.

Dalam teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan khusus (Sugiyono, 2016).

Dalam metode ini, tidak semua unsur atau anggota populasi mempunyai peluang yang setara guna dipilih sebagai sampel, karena hanya sampel yang melakukan pemenuhan kriteria sesuai dengan fenomena yang diteliti yang akan dipilih. Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan karakteristik berikut:

1. Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma
2. Berusia minimal 18 tahun ke atas
3. Pernah melakukan *buyeran* dan memakai item Iphone

Menurut Ferdinand dalam Safitri (2021) mengatakan bahwasannya besar sampel diputuskan sebanyak 25 kali variabel *independen*. Variabel *independen* dalam penelitian ini yaitu *life style*, kualitas item, *brand image*. Maka bisa dipahami bahwasannya banyak anggota sampel yang diambil minimal sebanyak $25 \times 3 = 75$ responden.

3.3 Identifikasi Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Silaen (2018) menjelaskan bahwasannya variabel penelitian merupakan suatu rancangan yang mempunyai berbagai nilai atau mempunyai variasi nilai, mencakup sifat, karakteristik, atau fenomena yang bisa diamati atau diukur dan mempunyai nilai yang berbeda-beda atau bervariasi.

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen ialah variabel yang mempunyai dampak atas variabel dependen atau variabel yang tergantung. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen terdiri dari *life style* (X1), kualitas item (X2), dan *brand image*(X3). Sugiyono (2019) menjelaskan bahwasannya variabel independen ialah variabel yang menghibahkan efek atau menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (tergantung).

3.3.3 Variabel Dependen

Sugiyono (2019) menyebutkan bahwasannya variabel dependen sering kali disebut sebagai variabel tergantung. Variabel tergantung ialah variabel yang menbisakan efek atau menjadi hasil dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen ialah *Purchase decision* (Y) item iPhone oleh mahasiswa UWKS.

3.4 Definisi Operasional

3.4.1 *Life style*

Ialah tindakan yang bisa diukur dari cara seseorang menjalankan kegiatan guna melakukan pemenuhan *needs* mereka dan juga bagaimana orientasi hidup seseorang didasarkan pada preferensi dan pandangan atas item yang hendak mereka beli. Menurut Kotler dan Keller (2020), *life style* terbagi menjadi 3 indikator yaitu:

1. Kegiatan atau aktifitas
2. Minat
3. Pendapat

3.4.2 Kualitas item

Ialah kapabilitas item Iphone dalam melakukan pemenuhan *wants* atau *needs buyer* yang melibatkan keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan atribut yang mempunyai nilai tambah. Menurut Tjiptono dalam Hananto (2021), ada 6 indikator kualitas item yang akan menggambarkan karakteristik suatu item.

1. Kinerja
2. Fitur
3. Reliabilitas
4. Spesifikasi yang sesuai
5. Daya Tahan
6. Keavailablean Pelayanan,

3.4.3 *Brand image*

Brand image mencakup kepercayaan dan kepercayaan *buyer* atas item Iphone atau layanan yang telah tertanam dalam pikiran mereka. Menurut Firmansyah (2019) dengan merujuk pada Biel, *brand image* terdiri dari tiga indikator, yaitu:

1. Citra badan usaha (*Corporate Image*)
2. Citra pengguna (*User Image*)
3. Citra item (*Product Image*)

3.4.4 *Purchase decision*

Purchase decision ialah tindakan *buyer* dalam melakukan pemilihan, memperoleh, dan menggunakan item Iphone guna melakukan

pemenuhan *needs*nya. Menurut Kotler dan Amstrong (2016), beberapa indikator yang bisa digunakan guna mengukur *purchase decision* melibatkan:

1. Ketetapan guna melakukan pembelian berdasarkan minat.
2. *Purchase decision* yang didasarkan pada kecenderungan melakukan pemilihan.
3. Niat guna melakukan pembelian karena adanya *wants* dan *needs*.
4. Minat dalam *buyeran* yang disebabkan oleh rekomendasi dari orang lain.

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

1) Data kualitatif

Jenis data yang berbentuk pernyataan dan tidak berupa angka serta berupa kalimat atau informasi yang akan mendukung kelengkapan penelitian.

2) Data kuantitatif

Data ini berupa angka dan akan diolah serta dianalisis mempergunakan hitungan dalam matematika. Data kuantitatif yang diterapkan peneliti pada riset ini yakni efek *life style*, kualitas item, *brand image* atas *purchase decision* item Iphone pada mahasiswa UWKS.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan merujuk pada subjek yang dimana data di bisa serta mempunyai kejelasan informasi tentang dari mana data itu diambil dan kemudian diolah.

1) Data Primer

Data primer diperoleh dengan beberapa cara diantaranya *survey* atau kuisisioner, observasi, dan wawancara. Sugiyono (2016), data primer merupakan sebuah data *direct* yang dibisakan dari sumber dan akan diberikan ke peneliti.

2) Data Sekunder

Opini Sugiyono (2018) tentang data sekunder yaitu sumber data yang *indirect* menghibahkan data kepada pengumpul data, layaknya halnya lewat pihak lain atau dokumen. Data yang sumbernya diperoleh melalui buku, jurnal publikasi pemerintah dan sumber-sumber lain yang mendukung.

3.5.3 Prosedur Akumulasi Data

Metode akumulasi data dalam penelitian ini ialah *survey*, yaitu dengan menghibahkan seperangkat pernyataan tertulis berupa kuisisioner atau angket kepada responden. Kuisisioner merupakan cara akumulasi informasi dalam jumlah besar dimana relatif murah, cepat, dan efisien (Kurniawan, 2021).

Dalam tahapan dikumpulkannya data-data di riset ini peneliti memakai akumulasi informasi/data primer serta pula sekunder. Guna data

primer, peneliti menggunakan penelitian *survey* yang membutuhkan akumulasi data melalui *Pengedaran* kuisisioner. Menurut Sugiyono (2017) kuisisioner merupakan sebuah teknik yang dilakukan dengan membuat sejumlah pertanyaan atas responden. Peneliti menyebarkan kuisisioner yang dibuat lewat “*google form*” kemudian *Pengedarannya* dengan sosial media.

Guna skala pengukuran kuisisioner peneliti memakai pengukuran skala *likert*. Skala *likert* ialah skala yang dipergunakan dalam menilai persepsi, tindakan atau sikap dan anggapan atau pandangan tentang objek serta fenomena tertentu (Siregar,2016). Tiap-tiap jawaban dari 4 pilihan jawaban yang disediakan kemudian dikasih nilai atau bobot.

Tabel 3.1

Bobot kuisisioner berdasarkan pada pengukuran skala *likert*

No	Pilihan	Bobot
1	Sangat Setuju (ST)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Berdasarkan data sekunder yang digunakan peneliti demi menunjang penelitian yakni dengan mengumpulkan data-data dan informasi melalui jurnal dan artikel, skripsi maupun tesis terdahulu serta pencarian melalui *website* terpercaya yang berkaitan dengan penelitian tentang efek *life*

style, kualitas item, *brand image* atas *purchase decision* item Iphone pada mahasiswa UWKS.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear ganda digunakan guna mencari efek dari variabel *independen* yang berjumlah 2 atau lebih atas variabel *dependen* (Raharjo, 2021). Dalam penelitian ini, terdapat 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat sehingga metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode analisis regresi linear ganda dengan menggunakan bantuan program SPSS. Analisis data dimulai dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis linear berganda uji asumsi klasik, hingga uji hipotesis

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya berlaku pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan guna mengukur apakah data yang telah diperoleh setelah penelitian merupakan data yang *valid* atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan kuisioner. Sebuah data bisa dikatakan valid jika hasil uji data signifikansinya $<$ dari 0,05 maka data itu dikatakan valid. Uji ini menggunakan bantuan program SPSS.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2020), reliabilitas ialah salah satu kemungkinannya dengan mengukur survey yang terdiri dari indikator-indikator variabel atau membangun. Secara umum, uji reliabilitas berguna

guna pengukuran keandalan hasil survei atau wawancara, uji ini berguna lihat apakah survey bisa digunakan guna menjelaskan penelitian yang sedang dijalankan .

Menurut Ghozali (2016) survey dinyatakan reliabel apabila jawaban seorang responden mengenai pernyataan yang diberikan stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Tidak hanya itu suatu penelitian juga dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 dan apabila nilai *Cronbach Alpha's* < 0,70 penelitian itu dianggap kurang reliabel.

3.6.3 Uji Analisis Linear Berganda

Teknik analisis dalam penelitian ini ialah menggunakan linear berganda karena variabel independennya mempunyai jumlah lebih dari dua variabel. Teknik analisis itu guna melakukan pengujian efek positif variabel bebas atas variabel terikat pada item Iphone pada mahasiswa UWKS.

Formula guna regresi linear berganda sebagai berikut :

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

Dimana :

Y : *Purchase decision*

a : konstanta

X1 : *Life style*

X2 : Kualitas item

X3 : *Brand image*

e : kesalahan pengguna

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan guna melakukan pengujian apakah model regresi dalam penelitian ini mempunyai *residual* yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik ialah mempunyai data terdistribusi normal. Cara guna mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak bisa dilakukan dengan uji statistik *non-parametrik kolmogorov-smirnov (K-S) test* yang terdapat di program SPSS. Distribusi data bisa dikatakan normal apabila nilai signifikansi > 0,05 (Ghozali, 2018). Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak juga bisa dilakukan dengan metode yang lebih handal yaitu dengan melihat normal *probability plot*. Model regresi yang baik ialah data berdistribusi normal, yaitu dengan mendeteksi dan melihat *Pengedaran* data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk melakukan pengujian apakah model regresi penelitian menunjukkan korelasi antar variabel independen (bebas). Suatu model regresi dianggap baik jika tidak ada korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas. Identifikasi gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan memeriksa nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Tolerance mengukur

variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Gejala multikolinearitas dianggap ada jika nilai VIF $< 10,00$ dan nilai Tolerance $> 0,10$ (Ghozali, 2018).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan guna melakukan pengujian apakah dalam model regresi berlaku ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas bisa dengan melihat grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Dasar pengambilan *decision*nya ialah:

1. Jika ada pola tertentu, layaknya titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah berlaku heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak berlaku heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Sebagai cara guna memperkuat *uji scatterplot* terbiasa cara lain yaitu dengan pengujian *uji park*. Yaitu apabila variabel *independen* mempunyai nilai tingkat signifikansi melebihi 0,05 sehingga bisa disimpulkan tidak berlaku gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ialah relasi antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015). Kata Ghozali (2018) Uji autokorelasi memiliki tujuan guna melakukan pengujian apakah dalam model regresi liner ada relasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).

3.6.5 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, terdapat tiga langkah uji hipotesis, yakni uji parsial (uji t), uji simultan (uji-F), dan uji determinasi (R^2) sebagai berikut:

1. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah variabel bebas gaya hidup (X_1), kualitas item (X_2), dan citra merek (X_3) memberikan kontribusi secara individual terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y). Ghozali (2017) menjelaskan bahwa uji statistik t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05. Penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditentukan berdasarkan kriteria berikut:

- 1) Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau signifikansi kurang dari 0,05, maka secara parsial variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel atau signifikansi lebih besar dari 0,05, maka secara parsial variabel independen tidak memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji F

1) Uji F memiliki tujuan untuk melakukan pengujian hipotesis koefisien (slope) regresi secara simultan dan untuk memastikan apakah model yang dipilih sesuai atau tidak untuk menginterpretasikan efek antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji ini memiliki signifikansi yang besar karena jika tidak melewati uji F, maka hasil uji t menjadi tidak relevan.

Keputusan uji F dapat diambil berdasarkan:

- a. Jika nilai F hitung $> F$ tabel atau nilai signifikansi $< 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh pada variabel terkait.
- b. Jika nilai F hitung $< F$ tabel atau nilai signifikansi $> 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh pada variabel terkait.

3. Uji Determinasi

1) Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan tujuan melakukan pengukuran kemampuan model dalam menjelaskan sejauh mana variabel independen secara bersama-sama (simultan) memengaruhi variabel dependen, yang dapat diindikasikan oleh nilai adjusted R-Squared (Ghonzali, 2016).

Koefisien determinasi mencerminkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi dapat menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. Penilaian koefisien determinasi dapat ditemukan melalui nilai R-Squared (R^2) pada tabel summary. Uji koefisien determinasi dilaksanakan untuk menilai seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik prediksi model penelitian yang diajukan. Uji koefisien determinasi R^2 dilakukan untuk menentukan dan meramalkan seberapa besar atau signifikansi kontribusi efek yang diberikan oleh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam rentang 0 hingga 1. Apabila nilai mendekati 1, ini berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan variabel dependen. Namun, jika nilai R^2 semakin kecil, ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas (Ghonzali, 2016).