

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi (*explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 2012). Dengan menggunakan skala pengukuran likert, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, angket dan dokumentasi. Populasi yang digunakan yaitu konsumen pada Ayucitra Bymonokrom Jombang dengan sampel sebanyak 97 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 23.

3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti (Arikunto, 2012). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengguna/konsumen Ayucitra Bymonokrom Jombang. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian konsumen Ayucitra Bymonokrom Jombang berjumlah 97 responden. Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus (Riduwan, 2010), sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)^2}{e}$$

Di mana :

n = Jumlah sampel

Z α = Nilai yang didapat dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai Z_{0,05} adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96)/(0,25)}{0,05}^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96.04 orang.

Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 97 orang.

Teknik yang digunakan pengambilan sampel adalah *Non-Probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertransaksi di Ayucitra Bymonokrom Jombang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012).

3.3. Definisi Operasional Variabel

1. Gaya Hidup (X1)

Yaitu pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu., dengan indikator menurut Sumarwan (2011):

- a) activities, terdiri dari pekerjaan, komunitas.
- b) minat, terdiri dari keluarga, media
- c) Opini, terdiri dari ekonomi, produk
- d) Demografi, terdiri dari usia, tempat tinggal

2. Inovasi Produk (X2)

Adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru (Kotler dan Keller, 2012):

- a) Keunggulan relatif (*relatif advantage*)
- b) Keserasian/kesesuaian (*compatibility*)
- c) Kekomplekan (*complexity*)
- d) Ketercobaan (*trialability*)

3. Keputusan Pembelian (Y)

Adalah perilaku akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi pribadi. Pada pengambilan keputusan untuk membeli terdapat lima indikator menurut Kotler dan Keller, 2012) yang meliputi:

- a) Pengenalan Masalah, konsumen mengenali sebuah kebutuhan
- b) Pencarian Informasi, mencari informasi- informasi yang lebih banyak

- c) Evaluasi Alternatif atau Pilihan, melakukan evaluasi alternatif terhadap beberapa merek
- d) Keputusan Pembelian, mengembangkan sebuah keyakinan atas merek dan tentang posisi merek

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Kisi-kisi Instrumen	Sumber
1	Gaya Hidup (X1)	Kegiatan Belanja	Kesibukan berbelanja	Sumarwan, 2011
			Sebagai hobi berbelanja	
			Sebagai Hiburan	
		Mode	Selalu berbelanja produk online	
			Selalu mengikuti mode	
		Produk	Memakai produk online lebih percaya diri	
Usia	Tren yang banyak diminat			
2	Inovasi Produk (X2)	Keunggulan relatif (<i>relatif advantage</i>)	memiliki perbedaan dengan produk lainnya	Setiadi (2010)
			Mampu memodifikasi produk lama	
		Keserasian/kesesuaian (<i>compatibility</i>)	produk konsisten dengan ciri produk yang lama	
			Produk dari pengalaman masa lalu	
		Kekomplekan (<i>complexity</i>)	Penerimaan produk yang sulit	
			Produk sulit dipahami	
		Ketercobaan (<i>trialability</i>)	Adanya uji coba produk	
	Perlu dilakukan adopso			

Lanjutan Tabel 3.1

3	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	Konsumen membutuhkan produk	Kotler & Keller, 2012
			Cocok dengan trend saat ini	
		Pencarian Informasi	Saya mendapatkan informasi produk dari teman	
			Saya mendapat informasi produk dari keluarga	
			Konsumen mengetahui produk dari media social	
		Evaluasi Alternatif atau Pilihan	Dari Berbagai reseler hanya Ayucitra Bymonokrom Jombang yang harganya lebih terjangkau	
			Dari berbagai reseler hanya Ayucitra Bymonokrom Jombang yang memiliki varian produk yang lengkap	
		Keputusan Pembelian	Saya memutuskan memakai produk dari Ayucitra Bymonokrom Jombang	
			Saya memutuskan memakai produk Ayucitra Bymonokrom Jombang karena terbuat dari bahan yang nyaman	
			Saya memutuskan memakai produk Ayucitra Bymonokrom Jombang karena harga yang terjangkau	

3.4. Skala Pengukuran

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala Likert. Skala Likert ini digunakan karena memiliki kemudahan dalam menyusun pertanyaan, memberi skor, serta skor yang lebih tarafnya mudah dibandingkan dengan skor yang lebih

rendah. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberikan skor (Sugiyono, 2012).

Jawaban dari responden yang bersifat persepsional yang dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

1. Untuk jawaban Sangat Setuju. diberi nilai 5.
2. Untuk jawaban Setuju diberi nilai 4
3. Untuk jawaban Netral diberi nilai 3.
4. Untuk jawaban Tidak Setuju diberi nilai 2.
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju diberi nilai 1.

3.5. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dan mempunyai kaitan erat dengan masalah yang diteliti. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pernyataan (angket),

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui jurnal-jurnal yang telah dipublikasikan, buku, majalah.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini ada beberapa cara yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data antara lain :

1. Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
2. Angket merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan

menjawab sebuah pilihan jawaban secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penyelidikan.

3. Dokumentasi yaitu mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian.

3.7. Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menguji apakah suatu angket layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur melakukan tugas mencapai sasarannya. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Uji validitas dapat menggunakan *pearson product moment*. Perhitungan *pearson product moment* menggunakan bantuan SPSS versi 20.0. Syarat hasil uji *pearson product moment* atau r menunjukkan r -hitung $> 0,3$ maka item pernyataan dinyatakan valid. (Sugiyono, 2012). Teknik korelasi product moment, rumus sebagai berikut :

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

Dimana : r = korelasi

X = skor item X

Y = total item Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Adapun uji coba validitas dengan sampel sebanyak 30 responden, dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	Nilai koefisien	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	X1.1	0,717	0,30	Valid
	X1.2	0,561	0,30	Valid
	X1.3	0,385	0,30	Valid
	X1.4	0,716	0,30	Valid
	X1.5	0,561	0,30	Valid
	X1.6	0,561	0,30	Valid
	X1.7	0,385	0,30	Valid
	X1.8	0,641	0,30	Valid
Inovasi Produk (X2)	X2.1	0,498	0,30	Valid
	X2.2	0,549	0,30	Valid
	X2.3	0,728	0,30	Valid
	X2.4	0,399	0,30	Valid
	X2.5	0,658	0,30	Valid
	X2.6	0,706	0,30	Valid
	X2.7	0,549	0,30	Valid
	X2.8	0,728	0,30	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,638	0,30	Valid
	Y1.2	0,757	0,30	Valid
	Y1.3	0,592	0,30	Valid
	Y1.4	0,387	0,30	Valid
	Y1.5	0,611	0,30	Valid
	Y1.6	0,748	0,30	Valid
	Y1.7	0,592	0,30	Valid
	Y1.8	0,410	0,30	Valid
	Y1.9	0,638	0,30	Valid
	Y1.10	0,757	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 3.2 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang terdapat pada variabel gaya hidup, Inovasi produk dan

keputusan pembelian diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefisien, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Sugiyono, 2012). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Arikunto, 2010), maka dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Sugiyono, 2012).

Dengan rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item I

S_x = jumlah varians skor total

Adapun uji coba realibilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji realibilitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X1	0,726	0,6	Reliabel
X2	0,747	0,6	Reliabel
Y	0,807	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut (Sudjana, 2009) :

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Rentan interval skor yaitu 0,8, artinya kriteria kategori jawaban responden dengan rentan nilai 0,8 maka ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

1. 1,0 – 1,8 = Rendah sekali
2. 1,81-2,6 = rendah
3. 2,61 -3,4 = Cukup
4. 3,41 – 4,2 = Tinggi
5. 4,21 - 5,0 = Sangat Tinggi

3.8.2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2012) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup (X1) Inovasi produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan Regresi Berganda tersebut menggunakan rumus (Sugiyono, 2012):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y	= keputusan pembelian
a	= Konstanta
b ₁	= Koefisien regresi Gaya Hidup
b ₂	= Koefisien regresi Inovasi produk
X ₁	= Gaya Hidup
X ₂	= Inovasi produk
€	= Standar error

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

1) Normalitas Data

Metode normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Dasar pengambilan keputusannya :

- (a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- (b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variabel x yang memberikan informasi yang sama tentang variable Y. kalau X₁ dan X₂ berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2005)

Ada beberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- (a) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X1 dan X2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X1 dan X2.
- (b) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value* $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2005)

3) Uji Autokorelasi

Istilah autokorelasi dapat didefinisikan sebagai korelasi antar sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi dalam situasi tertentu, biasanya memakai uji *Durbin Watson*, dengan keputusan nilai *durbin watson* diatas nilai d_U dan kurang dari nilai $4-d_U$, $d_U < dw < 4-d_U$ dan dinyatakan tidak ada otokorelasi. (Simamora, 2005)

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain (Ghozali, 2011). Heteroskedastisitas

berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambarkan dalam model regresi. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoscedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

3.8.4. Pengujian Hipotesis Uji t Atau Uji Parsial (H1 dan H2)

1. Membuat formulasi hipotesis

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (y).

2. Menentukan level signifikansi.

3. Mengambil keputusan

- Jika $t_{sig} \leq \alpha = 0,05$, maka hipotesis diterima
- Jika $t_{sig} > \alpha = 0,05$, maka hipotesis ditolak (Sugiyono, 2012)

3.8.5. Koefisien Determinasi (R²)

Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (pelatihan kerja dan kompetensi) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (produktifitas) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2011).