

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanatori dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009:8), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*) karena penelitian ini bertujuan untuk menguji teori. Menurut Ferdinand (2006:5) metode eksplanasi membangun teori yang dikembangkan, penelitian dapat dibedakan menjadi penelitian yang bertujuan membangun proporsi dan hipotesis serta penelitian yang bertujuan menguji hipotesis. Penelitian ini melihat hubungan antar variabel dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Konseptual Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu penelitian (Suharsimi Arikunto, 1996:99). Sedangkan menurut Sugiyono (2009:38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu:

- variabel independent (bebas)

variabel independent atau bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006:19). Variabel independen dalam penelitian ini adalah nilai pelanggan (X1) dan gaya hidup (X2).

- variabel dependen (terikat)

variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2009:59). Variabel dalam penelitian ini adalah minat beli Iphone (Y).

3.2.2 Definisi Konseptual

Berdasarkan teorisasi dan permasalahan yang telah dikemukakan, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independent (X)

- a. Nilai Pelanggan (X1) adalah nilai bagi pelanggan merupakan perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta

menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2001:9).

- b. Gaya Hidup (X2) adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang (Kotler, 1993:234).

2. Variabel Dependen (Y)

- a. Keputusan Pembelian (Y) adalah Menurut Salusu (2003:47) pengambilan keputusan ialah proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi.

3.3 Definisi Operasional

Untuk memudahkan pengukuran dalam penelitian maka variabel dalam penelitian ini didefinisikan secara operasional. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga dasar nilai pelanggan dan VALS untuk meneliti gaya hidup dan melihat perbedaan minat beli Iphone berdasarkan segmen VALS. Adapun yang menjadi definisi operasional penelitian ini adalah :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

variabel	Dimensi	indikator	item	Skala Pengukuran
Nilai Pelanggan (<i>Customer Value</i>)	1.Kualitas Produk Evaluasi menyeluruh pelanggan terhadap keunggulan kinerja produk	1. Kinerja	<ul style="list-style-type: none"> kecerahan layar yang baik 	STS-SS
		2. Reliabilitas (daya tahan)	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki daya tahan yang baik, tidak cepat rusak 	
		3. Fitur	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi yang ada sesuai kebutuhan 	

			<ul style="list-style-type: none"> • Kamera resolusi tinggi (foto yang dihasilkan sangat baik) 	
		4. Keawetan	<ul style="list-style-type: none"> • Produk memiliki umur yang lebih panjang dibanding merek lain 	
		5. Konsistensi	<ul style="list-style-type: none"> • Produk apple selalu memiliki standar yang lebih baik 	
		6. Desain	<ul style="list-style-type: none"> • Model produk tidak ketinggalan jaman • Desain logo produk memiliki ciri tersendiri • Produk memiliki warna yang beragam 	
	<p>2. Harga Besarnya pengorbanan yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan</p>	1. Kesesuaian harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga sesuai dengan kualitas yang di dapatkan 	

<p>3. Kualitas Layanan Upaya perusahaan untuk selalu memberikan nilai yang melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan</p>	1. <i>Tangible</i> (bukti langsung)	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat ruang tunggu di gerai apple • Penampilan petugas yang baik
	2. Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> • Kehandalan petugas dalam memberikan informasi dan prosedur pelayanan
	3. Daya tanggap	<ul style="list-style-type: none"> • Petugas merespon cepat keluhan konsumen
	4. kepastian	<ul style="list-style-type: none"> • kemampuan petugas yang baik saat melayani konsumen
	5. empati	<ul style="list-style-type: none"> • perhatian petugas saat melayani • keramahan petugas saat melayani
<p>4. Faktor Emosional Nilai yang didapat dari pelanggan yang merasa puas setelah melalui serangkaian evaluasi yang sebagian bersifat emosional dan rasional</p>	1. Estetika	<ul style="list-style-type: none"> • Produk memiliki bentuk yang bagus • Produk memiliki suara yang jernih
	2. Nilai ekspresif diri	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa dihargai saat menggunakan

			<p>produk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk membantu saya mengekspresikan diri 	
		3. Kepribadian merek	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa bangga dapat memiliki smartphone merek apple 	
	<p>5. Kemudahan Konsumen merasa lebih puas jika mendapatkan produk atau pelayanan secara lebih mudah, nyaman dan efisien</p>	1. Produk banyak dipasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Smartphone merek apple mudah didapatkan 	
Gaya Hidup	<p>1. Kegiatan Aktivitas meliputi apa yang dilakukan konsumen dalam menghabiskan waktunya</p>	1. aktivitas sehari-hari	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan smartphone merek apple untuk menunjang pekerjaan yang dilakukan • Menghabiskan waktu senggang dengan menggunakan smartphone merek apple • Smartphone merek apple mempermudah dalam kegiatan sosial dan 	STS-SS

			komunikasi dengan orang lain	
		2. Hobi	<ul style="list-style-type: none"> Menjalankan hobi yang disukai dengan menggunakan smartphone merek apple 	
	<p>2. Minat Bagaimana konsumen memilih sesuatu yang dianggap penting baginya dan hal ini berkaitan dengan motivasi</p>	1. Minat terhadap produk	<ul style="list-style-type: none"> Menyukai smartphone merek apple yang ditawarkan Smartphone merek apple sesuai dengan kebutuhan ketertarikan karena smartphone yang ditawarkan memiliki kualitas lebih dibanding pesaing 	
	<p>3. Opini Pandangan dan perasaan konsumen terhadap dirinya atau orang lain serta terhadap dunia sekitarnya dapat dihubungkan dengan persepsi</p>	1. Pendapat konsumen tentang produk	<ul style="list-style-type: none"> smartphone merek apple termasuk smartphone yang paling berkembang saat ini Anda menyukai tampilan smartphone merek apple 	

Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Masalah proses yang dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan	Pembeli mengenali masalah atau kebutuhan	Saya membeli smartphone merek apple karena saya menginginkannya	STS-SS
	2. Pencarian informasi Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak.	1. Mencari informasi mengenai produk	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi mengenai produk banyak terdapat di internet • Teman saya yang memberikan informasi mengenai produk kepada saya 	
	3. Evaluasi Alternatif Konsumen menyeleksi dan mengevaluasi	1. Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan 	
		2. Merek	<ul style="list-style-type: none"> • Smartphone merek apple merupakan salah satu merek premium 	
		3. Negara asal	<ul style="list-style-type: none"> • Negara asal smartphone merek apple merupakan salah satu pertimbangan sebelum membeli 	
4. Keputusan Pembelian Konsumen	1. Pilihan produk	<ul style="list-style-type: none"> • Smartphone merek apple yang paling 		

	memutuskan untuk melakukan pembelian		sesuai dengan keinginan dan kebutuhan
		2. Merek produk	<ul style="list-style-type: none"> • Memutuskan membeli karena merek yang ternama
		3. Pilihan dealer	Gerai apple memiliki pelayanan yang baik
	5. Perilaku Pasca Pembelian Tindakan dan penilain konsumen setelah menggunakan produk yang dibeli	1. Kepuasan atau ketidakpuasan	Saya merasa puas dengan keseluruhan yang diberikan smartphone merek apple

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Ferdinand (2006:189), populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan sebagai populasi adalah seluruh mahasiswa Universitas Lampung yang berjumlah 31.101 mahasiswa yang merupakan keseluruhan pascasarjana, sarjana, Diploma, serta program profesi.

Tabel 3.2 Populasi Mahasiswa Universitas Lampung

no	Fakultas	Populasi
1	Ekonomi dan Bisnis	4.965
2	Hukum	3.105
3	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	9.324
4	Pertanian	4.501
5	Teknik	2.947
6	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	3.518
7	Matematika dan IPA	1.994
8	profesi dokter	75
	total mahasiswa	31.101

(sumber: BAK UNILA)

3.4.2 Sampel

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Menurut Ferdinand (2006:189), sampel adalah bagian anggota atau subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk suatu perwakilan populasi yang disebut sampel.

Dari berbagai sumber seperti Roscoe dalam Ferdinand (2006:191), diperoleh beberapa pedoman umum yang dapat digunakan oleh penelitian untuk menentukan besarnya sampel penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian.
2. Bila sampel dibagi dalam beberapa sub sampel, maka minimum 30 untuk setiap kategori sub sampel sudah memadai.

3. Dalam penelitian multivariate (termasuk yang menggunakan analisis regresi multivariate) besarnya sample ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Analisis regresi dengan 4 kali variabel independen membutuhkan kecukupan sampel sebanyak 100 sampel responden.
4. Analisis SEM membutuhkan sampel sebanyak paling sedikit lima kali jumlah variabel indikator yang digunakan.
5. Sampel kurang dari 30 tidak dapat diterima untuk analisis yang menggunakan statistik parametrik.

Penelitian eksperimental dengan perlakuan kontrol eksperimen yang ketat dapat dilakukan dengan sampel yang kecil antara 10-20 sampel.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin dalam menentukan jumlah sampel dari keseluruhan populasi.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = Ukuran populasi

E = tingkat kesalahan. Dalam penelitian ini “e” ditetapkan sebesar 10%.

Maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{31.101}{1 + 31.101(0,1)^2} = 99,67$$

Dengan menggunakan *margin error* sebesar 10%, dihasilkan sampel dengan jumlah minimal sampel yang diambil sebesar 99,67 yang dibulatkan 100

responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* yaitu adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi menjadi sampel dan Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Propotional Random Sampling* adalah teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan beberapa kriteria yang dijadikan patokan dalam menentukan responden. Kriteria yang diterapkan dalam pengambilan sampel adalah:

1. Sudah membeli dan memiliki *Smartphone* merek apple.
2. Mahasiswa yang masih terdaftar di Universitas Lampung.

Dalam penelitian ini berdasarkan perhitungan dengan cara berikut ini jumlah sampel untuk masing-masing Fakultas di Universitas Lampung ditentukan:

Tabel 3.3 Jumlah Sampel

no	fakultas	Populasi	persentase	sampel
1	Ekonomi dan Bisnis	4.965	15,9%	16
2	Hukum	3.105	9,9%	10
3	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	9.324	29,9%	30
4	Pertanian	4.501	14,4%	15
5	Teknik	2.947	9,4%	9
6	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	3.518	11,3%	11
7	Matematika dan IPA	1.994	6,4%	6
8	kedokteran	747	2,4%	3
Jumlah		31.101	100%	100

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam sebuah penelitian terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus (danang sunyoto, 2012:27). Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga periset merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut Istijanto, 2005 dalam (Danang Sunyoto, 2012:27). Penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan mengumpulkan secara langsung data penelitian kepada responden dengan mengisi pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner yang dibagikan mengenai identitas responden (usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan pendapatan) dan data tersebut menggunakan skala likert untuk mengetahui tanggapan responden berkaitan dengan nilai pelanggan, gaya hidup dan minat beli *Smartphone* merek apple dimana setiap butir pertanyaan dibagi menjadi lima skala ukur yaitu sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu/netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari data primer yang didapatkan dari pengisian kuisioner yang dilakukan oleh responden.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan, dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui internet.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data adalah teknik atau cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data yang bertujuan untuk mendapatkan fakta mengenai variabel

yang sedang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuisioner dan studi kepustakaan.

3.6.1 Kuisioner

Kuisioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat atau bertatap muka. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal yaitu skala Likert. pengukuran data ordinal akan menunjukkan data sesuai dengan sebuah orde atau urutan tertentu (Ferdinand, 2006:220). Sedangkan skala likert menurut Sugiono (2011:93) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Metode *Likert Scale Summated Rating* digunakan untuk memberikan peringkat pada tiap-tiap item yang merupakan skor dari pilihan jawaban yang dipilih oleh responden dengan lima alternatif jawaban yaitu: 1-2-3-4-5. Kriteria penentuan jawaban responden dapat dilihat pada tabel 3.4 dibawah ini:

Tabel 3.4 Kriteria Bobot Jawaban Responden

pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6.2 Studi kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode studi kepustakaan, mtelaah kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersifat teoritis sebagai sumber dan dasar dalam penelitian mengenai permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode ini dilakukan untuk menunjang kelengkapan data dengan menggunakan literatur pustaka seperti buku-buku literatur, skripsi, jurnal, dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan nilai, gaya hidup dan minat beli konsumen.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Setelah data yang diperoleh dari lapangan terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah dengan mengolah data yang ada tersebut. Adapun teknik yang digunakan dalam pengolahan data pada penelitian ini adalah:

- a. Editing*, yakni data yang telah diperoleh dilapangan, diedit atau dicek untuk angka kebenarannya. Pemeriksaan tersebut didasarkan pada ukuran-ukuran yang ditetapkan sebelumnya.
- b. Coding*, yakni dilakukan untuk mempermudah pengolahan data yang telah masuk dan memberi kode-kode tertentu pada jawaban di daftar pertanyaan.
- c. Tabulasi*, yakni Mengelompokkan jawaban-jawaban yang serupa dan teratur secara sistematis, kemudian memasukkan data-data kedalam tabel agar dapat dibaca dan diinterpretasikan

3.8 Transformasi Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda mensyaratkan skala minimal interval sehingga data ordinal hasil kuisioner perlu dinaikkan menjadi skala interval melalui metode interval berurutan (*Method Of Successive Interval*). Penarikan skala dari ordinal ke interval ini dilakukan untuk setiap item per variabel. (Harun Al Rasyid, 1994:131) Tahapan-tahapan *Method Of Successive Interval* (MSI) adalah sebagai berikut :

1. Menghitung frekuensi setiap skor.
2. Menentukan proporsi setiap respon dengan membagi frekuensi dengan jumlah sampel.
3. Menjumlah proporsi secara berurutan untuk setiap respon sehingga diperoleh proporsi kumulatif.
4. Menentukan nilai *Z* untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
5. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing respon dengan rumus:

$$SV = \frac{\text{Densitas pada batas bawah} - \text{Densitas pada batas atas}}{\text{Area dibawah batas atas} - \text{Area dibawah batas bawah}}$$

6. Mengubah *scala value* (SV) terkecil menjadi sama dengan 1 (satu) dan mentransformasikan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformed scala value* (TSV).

Dalam penelitian ini digunakan komputerisasi program Ms.Excel untuk memudahkan dan mempercepat proses penolahan data dari skala ordinal ke interval dengn tahapan sebagai berikut:

1. Menginstal aplikasi tambahan pada Ms.excel agar dapat mengoperasikan MSI
2. Klik file stat97.xla lalu klik enable macro
3. Buka file hasil data kuesioner yang telah diinput pada Ms.Excel atau SPSS
4. Pilih menu Add-In → Statistic → Succesive Interval → pilih Yes
5. Pada saat kursor berada di Data Range, blok seluruh data nilai
6. Kemudian pindah ke cell Output
7. Klik di kolom baru untuk membuat hasil output
8. Pilih next → Finish

Setelah pengoperasian selesai, maka data telah bertransformasi dari data ordinal ke data interval.

3.9 Metode Analisis Data

Analisis data adalah cara seorang peneliti dalam mengolah data yang terkumpul sehingga dari hasil tersebut peneliti akan mendapatkan suatu kesimpulan dari penelitian yang dilaksanakan. Kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik.

3.9.1 Analisis Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka yang sifatnya dapat dihitung dan jumlahnya untuk diolah menggunakan metode statistik. Pada penelitian ini data

akan diolah dengan menggunakan software komputer yaitu SPSS 20 (*Statistical Package For Social Science*) yang digunakan untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik statistik parametrik dan statistik non-parametrik dengan basis *windows*

3.10 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

3.10.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Menurut Sugiyono (2011:121) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, karena suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya suatu alat ukur yang kurang valid memiliki validitas rendah. Uji validitas alat ukur bertujuan untuk menguji coba alat ukur dalam menjalankan fungsinya. Instrumen dinyatakan valid apabila memenuhi syarat, menurut Sugiyono (2014:126) yang harus dipenuhi yaitu memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika $r \leq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{N\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{N\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara variabel X_i dan variabel Y_i

n = Banyaknya variabel sampel yang dianalisis

X_i = Skor dari masing-masing variabel (faktor yang mempengaruhi)

Y_i = Skor dari seluruh variable (Sugiyono, 2011 : 183)

Di bawah ini hasil uji coba untuk mengetahui kuesioner yang akan disebarakan kepada responden layak atau tidak untuk dilakukan penelitian selanjutnya, uji coba dilakukan dengan menyebarkan 30 kuesioner kepada 30 responden mahasiswa Universitas Lampung. Pengujian menggunakan *Software* SPSS 20.

A. Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan (X1)

1. Dimensi Kualitas Produk

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Dimensi Kualitas Produk

item	Total dimensi kinerja produk	keterangan
X1.1 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,605 ,000	Valid
X1.2 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,671 ,000	Valid
X1.3 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,545 ,000	Valid
X1.4 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,657 ,000	Valid
X1.5 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,635 ,000	Valid
X1.6 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,750 ,000	Valid
X1.7 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,693 ,000	Valid
X1.8 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,613 ,000	Valid
X1.9 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,424 ,000	Valid

2. Dimensi Harga

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Dimensi Harga

item	Total dimensi Harga	keterangan
X1.10 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1,000 ,000	Valid

3. Dimensi Kualitas Layanan

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Dimensi Kualitas Layanan

item	Total dimensi kualitas layanan	keterangan
X1.11 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,657 ,000	Valid
X1.12 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,770 ,000	Valid
X1.13 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,819 ,000	Valid
X1.14 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,792 ,000	Valid
X1.15 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,826 ,000	Valid
X1.16 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,774 ,000	Valid
X1.17 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,529 ,000	Valid
Total dimensi kualitas layanan Pearson corellation	1	

4. Dimensi Faktor Emosional

Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Dimensi Faktor Emosional

item	Total dimensi Faktor Emosional	keterangan
X1.18 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,725 ,000	Valid
X1.19 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,682 ,000	Valid
X1.20 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,768 ,000	Valid
X1.21 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,843 ,000	Valid
X1.22 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,786 ,000	Valid
Total dimensi faktor emosional pearson Corellation	1	

5. Dimensi Kemudahan

Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Dimensi Kemudahan

item	Total dimensi kemudahan	Keterangan
X1.23 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1,000 ,000	valid
Total dimensi kemudahan Pearson corellation	1	

B. Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X2)

1. Dimensi Kegiatan

Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Dimensi Kegiatan

item	Total dimensi kegiatan	keterangan
X2.1 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,782 ,000	Valid
X2.2 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,807 ,000	Valid

X2.3 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,808 ,000	Valid
X2.4 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,734 ,000	Valid
X2.5 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,737 ,000	Valid
Total dimensi kegiatan pearson Corellation	1	

2. Dimensi Minat

Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Dimensi Minat

item	Total dimensi minat	keterangan
X2.6 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,774 ,000	Valid
X2.7 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,835 ,000	Valid
X2.8 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,751 ,000	Valid
X2.9 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,707 ,000	Valid
X2.10 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,752 ,000	Valid
Total dimensi minat pearson Corellation	1	

3. Dimensi Opini

Tabel 3.12 Hasil Uji Validitas Dimensi Opini

item	Total dimensi minat	keterangan
X2.11 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,698 ,000	Valid
X2.12 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,856 ,000	Valid
X2.13 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,824 ,000	Valid
X2.14 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,644 ,000	Valid
Total dimensi opini pearson Corellation	1	

C. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

item	Total dimensi keputusan pembelian	keterangan
X1.1 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,632 ,000	Valid
X1.2 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,550 ,000	Valid
X1.3 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,686 ,000	Valid
X1.4 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,579 ,000	Valid
X1.5 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,660 ,000	Valid
X1.6 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,580 ,000	Valid
X1.7 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,697 ,000	Valid
X1.8 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,525 ,000	Valid
X1.9 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,426 ,000	Valid
Y1.10 pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,534 ,000	Valid
Total dimensi keputusan pembelian pearson Corellation	1	

3.10.2 Uji Reliabilitas

Sebuah skala atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut reliabel atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2006:238). Dengan reliabilitas kita dapat melihat apakah alat ukur yang kita gunakan handal atau tidak dimana pun setiap dilakukan pengukuran. Untuk menjaga realibilitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung koefisien realibilitas pada alat

ukur melalui perhitungan *Alpha Cronbach* dengan ketentuan nilai *Alpha Cronbach* >0,6.

Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *Alpha cronbach* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha b^2}{\alpha t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas Instrumen

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum \alpha b^2$ = \sum varians butir pertanyaan

αt^2 = Varians total

dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas setiap variabel dalam penelitian ini dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 3.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Nilai Pelanggan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,893	23

Berdasarkan Tabel 3.14 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel nilai pelanggan (X1) sebesar 0,893 yaitu lebih besar dari 0,6 maka item-item pada variabel nilai pelanggan dinyatakan *reliable*.

Tabel 3.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,901	14

Berdasarkan Tabel 3.15 diatas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel gaya hidup (X2) sebesar 0,901 yaitu lebih besar dari 0,6 maka item-item yang terdapat pada variabel gaya hidup dinyatakan *reliable*.

Tabel 3.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,784	10

Berdasarkan Tabel 3.16 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel keputusan pembelian menghasilkan nilai sebesar 0,784 yaitu lebih besar dari 0,6 maka item-item pernyataan pada variabel keputusan pembelian dinyatakan *reliable*.

3.11 Teknik Analisis Data

3.11.1 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier. Perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2011:188):

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = minat beli

a = konstanta

b = koefisien regresi

X1 = nilai pelanggan

X2 = gaya hidup

3.11.2 Uji Asumsi Klasik

suatu model dikatakan cukup baik dan dapat dipakai untuk memprediksi apabila telah lolos dari serangkaian uji asumsi klasik yang melandasinya. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Gujarati, 2003:102). Dalam penelitian ini uji normalitas digunakan dengan melihat *Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual*. Dasar pengambilan keputusan *Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual* adalah:

1. Jika data menyebar di garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dan garis diagonal tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2000:214).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam satu model regresi linear berganda (Gujarati, 2003:328). Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah dengan melihat Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF):

1. Mempunyai angka Tolerance diatas ($>$) 0,1
2. Mempunyai nilai VIF di bawah ($<$) 10.

Menurut Santoso (2001) dalam Priyatno (2008:39), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain (Santoso, 2000:210). Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu model regresi dapat diketahui apakah terjadi

heterokedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.12 Pengujian Hipotesis

3.12.1 Uji F

Hasil perhitungan untuk Uji F dapat ditemukan pada tabel ANOVA dari output SPSS. Uji F digunakan untuk mempengaruhi variabel terkait, yaitu untuk melihat apakah variabel X1 dan X2 berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y.

Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, 2011: 192):

$$F = \frac{r^2/k}{(1 - r^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

r^2 = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Pengujian hipotesis yaitu:

- a. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel X1 dan X2 berpengaruh secara bersamaan (simultan) dan signifikan terhadap variabel Y.
- b. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel X1 dan X2 tidak berpengaruh secara bersamaan (simultan) dan signifikan terhadap variabel Y.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat signifikansi 5%.

3.12.2 Uji T

Dalam pengujian ini ingin diketahui apakah jika secara terpisah variabel independen (X) masih memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel Y. Uji t-parsial dapat dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono,2011:184):

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Pengujian hipotesis yang digunakan adalah:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel Independen (X) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Y.
- b. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel Independen tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel dependen (Y).

3.12.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kebaikan-suai (*goodness of fit*) garis regresi. Koefisien determinasi adalah besarnya nilai pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dijelaskan dalam model regresi.

Rumus untuk menghitung nilai r^2 adalah:

$$r^2 = \beta_1^2 + \left(\frac{S_x^2}{S_y^2} \right)$$

Sifat r^2 adalah sebagai berikut:

1. r^2 merupakan besaran non negatif
2. batasnya adalah $0 \leq r^2 \leq 1$. Jika r^2 sebesar 1 berarti suatu kecocokan sempurna, sedangkan jika r^2 bernilai 0 maka tidak ada hubungan antara variabel tak bebas dengan variabel yang menjelaskan.