

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Ada beberapa jenis penelitian dalam meneliti suatu fenomena, tapi pada penelitian ini jenis penelitian yang akan digunakan adalah *explanative research*. Menurut Singarimbun dan Effendi (2006: 95) penelitian explanasi merupakan penelitian untuk menjelaskan kedudukan dari variabel yang diteliti serta hubungan antar satu variabel dengan variabel lainnya. Maka penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menguji hubungan variabel independen yaitu atribut produk (X_1), *reference group* (X_2), *lifestyle* (X_3) *word of mouth* (X_4) dan variabel dependen keputusan pembelian (Y).

3.2 Definisi Variabel

3.2.1 Definisi Konseptual

Menurut Chourmain (2008: 36) definisi konseptual adalah penarikan batas yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas dan tegas. Kemudian menurut Singaribum dan Effendi (2006) definisi konseptual merupakan pemaknaan dari sebuah konsep yang digunakan sehingga memudahkan peneliti mengoperasikan konsep tersebut di lapangan. Dan definisi konseptual dari penelitian ini yaitu:

1. Atribut Produk

Kotler (2008) menyatakan bahwa atribut produk adalah pengembangan sebuah produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan.

2. *Reference Group*

Reference group menurut Peter dan Olson (2010: 336) *reference group* adalah sekelompok orang yang dijadikan pembanding atau referensi dalam membentuk referensi serta menyatakan perilaku seseorang.

3. *Lifestyle*

Menurut Kotler (2007) *lifestyle* pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

4. *Word Of Mouth*

Kotler (2007) mengemukakan bahwa *word of mouth* adalah komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi secara kelompok atau individu tentang suatu produk yang bertujuan memberikan informasi secara personal.

5. Keputusan Pembelian

Kotler (2002) mengatakan keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak sebuah produk. Biasanya keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal masyarakat.

3.2.2 Definisi Operasional

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006) definisi operasional merupakan petunjuk suatu variabel diukur dengan indikator-indikator yang dapat memperjelas variabel yang diteliti. Kemudian menurut Chourmain (2008) definisi operasional adalah penarikan batasan yang lebih spesifik agar memperjelas substansi suatu konsep dengan alat ukur yang sesuai dengan variabel dengan memasukkan proses atau operasional alat ukur. Maka definisi operasional dari penelitian ini adalah:

Tabel 3.1. Variabel dan Item Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Item	Sumber
Atribut Produk (X ₁)	Unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian serta pengembangan produk yang melibatkan penentuan manfaat yang diberikan	a. Kualitas bahan b. Ukuran c. Warna d. Motif	1. Tekstur bening 2. Ukuran sesuai 3. Warna menarik 4. Motif unik	1. Kotler (2008)
Reference Group (X ₂)	Sekelompok orang yang dijadikan dasar pembandingan atau titik referensi dalam membentuk tanggapan kognisi dan afeksi serta menyatakan perilaku seseorang. Kelompok referensi memberikan standar (norma) dan nilai yang menjadi perspektif penentu seseorang berfikir	a. Keluarga b. Teman	1. Pengaruh keluarga 2. Pengaruh teman 3. Pengaruh idola 4. Faktor budaya	2. Peter dan Olson (1999)

	atau bertindak.			
<i>Lifestyle</i> (X ₃)	Gaya hidup menggambarkan perilaku seseorang tentang bagaimana dia hidup, menggunakan uang dan memanfaatkan waktu yang dimiliki dalam aktivitas, minat dan opininya.	<ul style="list-style-type: none"> a. Menambah Kepercayaan diri dalam pergaulan b. Menjadi penilaian status sosial 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan diri 2. Koleksi Sosial 3. Status Sosial 4. Hobi 	1. Kotler (2007)
<i>Word Of Mouth</i> (X ₄)	Proses komunikasi berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa tertentu untuk memberikan informasi secara personal.	<ul style="list-style-type: none"> a. Merekomendasikan batu cincin kepada orang lain b. Mendorong orang lain untuk membeli batu cincin c. Mendorong orang lain untuk mengenakan batu cincin 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Merekomendasikan 2. Menginformasikan 3. Pemberitaan 4. Media 	1. Kotler (2007)
Keputusan Pembelian (Y ₁)	Membeli merek yang paling disukai berdasarkan alternatif yang tersedia. Ada dua faktor yang bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh sebab itu niat prefensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.	<ul style="list-style-type: none"> a. Selektif memilih batu cincin b. Membeli batu cincin c. Mengenakan batu cincin 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku purna beli 	1. Kotler (2002)

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Arikunto (2000: 29) adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang membeli batu cincin di Pasar Tengah kota Bandar Lampung. Kemudian sampel adalah bagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan dan membeli batu cincin di Pasar Tengah kota Bandar Lampung. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2004) yaitu teknik pengumpulan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini pertimbangan sampel adalah orang-orang yang menggunakan dan mengerti batu cincin di wilayah kota Bandar Lampung. Berdasarkan rumus Roscoe yaitu dengan sampel 25 kali lebih besar dari jumlah variabel independen:

$$N = 25 \times V$$

Keterangan :

N = ukuran sampel

V = jumlah variabel

$$N = 25 \times 4$$

$$N = 100$$

Berdasarkan rumus diatas terdapat 100 pengguna batu cincin yang akan dijadikan sampel.

3.4 Skala Pengukuran Variabel

Sugiono (2004: 84) mengatakan bahwa skala pengukuran adalah kesepakatan yang menjadi acuan dalam menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat pengukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan pengukuran menghasilkan data kuantitatif yang dinyatakan dalam bentuk angka sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif. Penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan skala *likert*. Dari setiap pertanyaan maupun pernyataan dalam kuisisioner akan diberi alternatif jawaban setiap itemnya sebagai berikut:

Tabel 3.2. Instrumen Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2004)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2000) sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari tanggapan responden berdasarkan kuisisioner dan observasi.

1. Kuisisioner adalah alat untuk mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan dan pernyataan kepada responden. Kuisisioner dibuat dengan

metode *multiple choise* dengan menggunakan skala likert. Dimana setiap pertanyaan atau pernyataan dibagi menjadi 5 skala ukur yaitu sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2) dan sangat tidak setuju (skor 1).

2. Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan peninjauan secara langsung pada objek penelitian. Hal ini agar lebih mendapatkan pemahaman terhadap objek yang sedang diteliti mengenai pokok permasalahan atau objek yang diteliti.

3.6 Sumber dan Jenis Data

3.6.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan sumbernya adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik perorangan maupun kelompok seperti hasil wawancara, pengisian kuisioner dan observasi. Data primer dalam penelitian ini berasal dari kuisioner yang disebar dan diolah validitas serta reliabilitasnya berdasarkan sampel yang telah ditentukan berupa data mentah dengan skala *likert* untuk mengetahui respon dari responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diubah lebih lanjut seperti tabel, grafik, gambar, diagram dan sebagainya sehingga lebih informatif bagi pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan mengumpulkan

data dari buku referensi, jurnal dan website yang berkaitan dengan variabel yang telah ditentukan.

3.6.2 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif yaitu angka-angka yang dapat dihitung sehingga dapat menghasilkan jawaban dari kuisioner yang disebarkan kepada responden berupa penaksiran.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Pengujian Instrumen Data

3.7.1.1 Uji Validitas

Arikunto (2000) mengatakan uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen. Semakin tinggi validitas alat ukur maka akan semakin tepat alat tersebut mengenai sasaran. Item akan dinyatakan valid apabila terjadi korelasi yang kuat dengan skor total. Hal ini menunjukkan bahwa item mendukung sesuatu yang akan diungkapkan melalui penelitian. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus person sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Sumber : Priyatno (2013)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

x = Skor masing - masing dari variabel yang mempengaruhi

y = Skor total dari sebuah variabel

N = Banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan menurut Priyatno (2013):

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuisisioner valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuisisioner tidak valid

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dipercaya sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah valid. Teknik yang cocok digunakan menurut Priyatno (2013: 30) pada skala skor 1-5 adalah *Alpha Cronbach*. *Alpha Cronbach* memiliki rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} X \frac{S_r^2 \sum S_i^2}{S_x^2}$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

K = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum S_i^2$ = Jumlah skor item

S_x^2 = Varian skor item

3.7.2 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2009: 169) statistik deskriptif adalah statisik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan secara generalisasi.

Penyajian data dalam statistik deskriptif antara lain grafik, tabel, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean, persentasi dan standar deviasi.

3.7.2.1 Analisis Identitas Responden

Analisis identitas responden dalam penelitian ini diperlukan sebagai gambaran mengenai jenis kelamin, pendidikan, usia dan pekerjaan. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui gambaran identitas responden seberapa besar kuantitas responden dalam penelitian.

3.7.2.2 Analisis Jawaban Responden

Analisis jawaban responden dalam penelitian ini adalah hasil jawaban pertanyaan maupun pertanyaan dari item yang diberikan kepada responden.

3.7.2.3 Mean, Median dan Modus

Menurut Hadi (2000) untuk membuat deskripsi suatu grup kita dapat mencari bilangan yang dapat mewakili grup itu. Terdapat tiga macam bilangan yang dapat menjadi pemusatan dari bilangan–bilangan lainnya, yaitu mean, median dan modus.

A. Mean

Mean diperoleh dari menjumlahkan seluruh nilai dan membaginya dengan jumlah individu. Dalam istilah sehari–hari disebut sebagai rata–rata. Mean sangat stabil untuk melayani analisa–analisa matematik dan cocok untuk menghadapi distribusi normal. Selain itu mean juga sangat realibel sebagai alat estimasi.

Rumus mean adalah sebagai berikut:

$$M = \frac{\Sigma X}{N}$$

Keterangan:

M = Mean

ΣX = Jumlah nilai

N = Jumlah individu

B. Median

Median adalah suatu nilai atau bilangan yang membagi frekuensi menjadi dua bagian dan mengambil nilai yang berada ditengah. Median lebih baik digunakan sebagai alat analisa bagi distribusi–distribusi yang tidak normal.

C. Modus

Modus adalah suatu nilai yang paling banyak terjadi. Terkadang modus juga disebut nilai yang paling populer. Modus merupakan alat deskripsi yang cepat dan cocok untuk mendeskripsikan kejadian populer. Modus juga tidak terpengaruh oleh kasus ekstrim.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Priyatno (2013) menerangkan analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramal nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan atau diturunkan. Analisis ini didasarkan pada hubungan satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda dilakukan menggunakan *software* statistik SPSS. Rumus regresi linier berganda adalah :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

(Sumber: Priyatno, 2013)

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

b_0 = Konstanta

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi–asumsi yang diperlukan.

3.7.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakan, demikianlah yang dikatan oleh Santoso (2000). Tingkat kenormalan data ini sangat penting karena data yang normal dianggap mewakili sebuah populasi dalam suatu penelitian. Terdapat kriteria dalam mengambil keputusan menurut Priyatno (2013) yaitu:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005) uji heteroskedastisitas adalah digunakan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memiliki kesamaan disebut homoskedastisitas. Terdapat dua cara untuk melihat heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) serta menggunakan uji Gletser yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Dengan demikian menurut Priyatno (2013) dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik–titik yang membentuk sebuah pola yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik–titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.4.3 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas menurut Priyatno (2013) adalah keadaan dimana dua atau lebih variabel independen pada model regresi terjadi hubungan linier sempurna atau mendekati sempurna, karena model regresi yang baik memberikan syarat tidak ada masalah multikolonieritas. Uji multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* atau VIF. Dimana semakin kecil nilai *Tolerance* dan semakin besar VIF maka semakin mendekati multikolonieritas. Dalam kebanyakan penelitian *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka terjadi multikolonieritas.

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji Parsial (T)

Uji t menurut Priyatno (2013) merupakan pengujian yang bertujuan mengetahui variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Uji t dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

(Sumber: Priyatno, 2013)

Keterangan:

- r = Korelasi parsial yang ditemukan
- n = Jumlah sampel
- t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan tabel t

Pengujian diatas mengikuti t dengan $df = (n-k-1)$. Dimana t tabel diperoleh dari daftar tabel distribusi t dengan $\alpha = 0,05$.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H_{01} = Tidak ada implikasi signifikan antara atribut produk dalam keputusan pembelian batu cincin.
- H_{a1} = Ada implikasi signifikan antara atribut produk dalam keputusan pembelian batu cincin.
- H_{02} = Tidak ada implikasi signifikan antara *reference group* dalam keputusan pembelian batu cincin.

- H_{a2} = Ada implikasi signifikan antara *reference group* dalam keputusan pembelian batu cincin.
- H_{03} = Tidak ada implikasi signifikan antara *lifestyle* dalam keputusan pembelian batu cincin.
- H_{a3} = Ada implikasi signifikan antara *lifestyle* dalam keputusan pembelian batu cincin.
- H_{04} = Tidak ada implikasi signifikan antara *word of mouth* dalam keputusan pembelian batu cincin.
- H_{a4} = Ada implikasi signifikan antara *word of mouth* dalam keputusan pembelian batu cincin.
- H_{05} = Tidak implikasi signifikan antara atribut produk, *reference group*, *lifestyle* dan *word of mouth* dalam keputusan pembelian batu cincin.
- H_{a5} = Ada implikasi signifikan antara atribut produk, *reference group*, *lifestyle* dan *word of mouth* dalam keputusan pembelian batu cincin.

Dasar pengambilan keputusan menurut Prtiyatno (2013) adalah:

- a. Jika $t_{hit} > t_{tab}$ H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika $t_{hit} < t_{tab}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7.5.1 Uji Simultan (F)

Menurut Priyatno (2013) mengatakan bahwa uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel – variabel independen secara bersama–sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai f dirumuskan sebagai berikut:

$$f = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

(Sumber Priyatno, 2013)

Keterangan :

- R^2 = Koefisien korelasi ganda
 k = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah anggota dependen
 r = f hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan f tabel

Statistik di atas mengikuti f dengan $df_1 = (k-1)$ $df_2 = (n-k-1)$. Dimana f tabel diperoleh dari daftar tabel distribusi f dengan $\alpha = 0,05$.

Hipotesis yang diajukan:

H_{04} = Tidak ada implikasi atribut produk, *reference group*, *lifestyle* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian batu cincin.

H_{04} = Ada implikasi atribut produk, *reference group*, *lifestyle* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian batu cincin.

Dasar pengambilan keputusan menurut Priyatno (2013) adalah:

- Jika $f_{hit} > F_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika $f_{hit} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7.5.2 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bermaksud untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana ditunjukkan dengan besaran koefisien determinasi antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi 0 (nol) variabel independen

tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase variabel terikat (Y) yang disebabkan variabel bebas (X). Berikut adalah tabel interpretasi nilai koefisien korelasi:

Tabel 3.3. Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,19	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat tinggi

Sumber: Sugiyono (2004)

Berdasarkan nilai korelasi tersebut, ditemukan nilai koefisien determinasi merupakan pengkuadratan nilai korelasi. Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \Sigma x_1 y + b_2 \Sigma x_2 y + b_3 \Sigma x_3 y + b_4 \Sigma x_4 y}{\Sigma y^2}$$

(Sumber: Sugiyono, 2004)

Keterangan:

- b_1 = Koefisien regresi variabel atribut produk
- b_2 = Koefisien regresi variabel *reference group*
- b_3 = Koefisien regresi variabel *lifestyle*
- b_4 = Koefisien regresi variabel *word of mouth*
- X_1 = Atribut Produk
- X_2 = *Reference group*
- X_3 = *Lifestyle*

X_4 = *Word of mouth*

Y = Keputusan pembelian