

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1. Jenis penelitian**

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen (X1,X2,X3) dan variabel independen (Y), yaitu X1= Kelompok Referensi, X2= Sikap, X3= Gaya Hidup dan Y= Minat Beli. Sehingga penelitian ini menggunakan desain kausal. Dimana desain kausal berguna untuk mengukur hubungan antara variabel riset, atau untuk menganalisis bagaimana pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya (Umar, 2003).

### **3.2. Populasi dan sampel**

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian, populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian (Noor, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Lampung (Unila) yang menggunakan internet dan mengetahui produk Ceker Brontak.

Kemudian dari populasi tersebut akan diambil beberapa sampel. Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Pada prinsipnya *purposive sampling* adalah mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Jogiyanto, 2004). Kriteria yang digunakan yaitu responden merupakan mahasiswa Unila, pengguna aktif internet, dan mengetahui usaha atau produk Ceker Brontak, minimal pernah mendapatkan atau membaca iklan dari Ceker Brontak. Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2014) bila dalam penelitian akan melakukan analisis korelasi atau regresi berganda maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel (dependen + independen). Dalam penelitian ini akan digunakan 15 kali setiap variabel, sehingga jumlah sampel yang digunakan yaitu 60 responden (15 x 4 variabel).

### **3.3. Sumber data**

#### **A. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer yang diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner.

#### **B. Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau dikumpulkan dari sumber lain, seperti dari buku-buku, jurnal pendukung yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **3.4. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari hasil tanggapan responden atas daftar pernyataan berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2012). Daftar pertanyaan kuesioner yang digunakan bersifat tertutup. Bersifat tertutup artinya alternatif-alternatif jawaban telah disediakan (Umar, 2003).

### **3.5. Skala pengukuran**

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2013). Skala likert merupakan teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pertanyaan (Noor, 2012). Pilihan yang bisa dipilih responden adalah :

- |                        |        |
|------------------------|--------|
| a. Sangat Setuju       | skor 5 |
| b. Setuju              | skor 4 |
| c. Netral              | skor 3 |
| d. Tidak Setuju        | skor 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju | skor 1 |

### 3.6. Definisi konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah:

#### A. Minat Beli

Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingklat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Hasan, 2013).

#### B. Kelompok Referensi

Kelompok referensi didefinisikan sebagai siapa saja atau kelompok apa saja yang menjadi titik pembandingan atau referensi bagi individu dalam membentuk nilai, sikap, dan perilaku baik normatif maupun komparatif (Schiffman dan Kanuk, 2004).

#### C. Sikap

Sikap juga dapat dikatakan sebagai suatu respon *evaluative*. Respon *evaluative* berarti bahwa bentuk reaksi yang dinyatakan sebagai sikap itu timbulnya didasari oleh proses evaluasi di dalam diri individu yang memberi kesimpulan terhadap stimulus dalam bentuk nilai baik-buruk, positif-negatif, menyenangkan tidak-menyenangkan, yang kemudian mengkristal sebagai potensi reaksi terhadap objek sikap (Azwar, 2013).

#### D. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat (opini) yang bersangkutan (Kotler, 1996).

### 3.7. Definisi operasional

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (*indicator*) dari suatu konsep/variabel (Noor, 2012). Dengan demikian definisi operasional lebih menekankan kepada hal-hal yang dapat dijadikan sebagai ukuran/*indicator* dari suatu variable dan ukuran tersebut tidak abstrak, namun mudah diukur. Definisi operasional dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1:

**Tabel 1. Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item
(X1) Kelompok Referensi	siapa saja atau kelompok apa saja yang menjadi titik pembandingan atau referensi bagi individu dalam membentuk minat beli Ceker Brontak.	a. Kelompok kegiatan di universitas b. Kelompok persahabatan c. Kelompok belanja Komunitas Online	1. Informasi Ceker Brontak dari kelompok kegiatan di universitas 2. Rekomendasi untuk membeli produk Ceker Brontak dari kelompok persahabatan saya 3. Saran untuk membeli Ceker Brontak dari kelompok belanja 4. Informasi keunggulan Ceker Brontak dari komunitas <i>online</i>
(X2) Sikap	Respon <i>evaluatif</i> pada Ceker Brontak yang memberi stimulus dalam bentuk nilai baik-buruk, positif-negatif	a. Produk b. Strategi pemasaran c. Kualitas d. Keunggulan produk	1. Produk Ceker Brontak 2. Strategi pemasaran Ceker Brontak 3. Kualitas produk Ceker Brontak 4. Keunggulan produk Ceker Brontak

(X3) Gaya Hidup	pola hidup terhadap Ceker Brontak dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat (opini)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sering membuka internet</li> <li>b. Suka dengan belanja <i>online</i></li> <li>c. berbelanja <i>online</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Meluangkan waktu untuk membuka media internet (<i>online</i>) Ceker Brontak.</li> <li>2. Teknik pemasaran Ceker Brontak di internet.</li> <li>3. Berbelanja melalui internet.</li> <li>4. Berbelanja produk Ceker Brontak melalui internet.</li> </ul>
(Y) Minat Beli	Keadaan dimana konsumen memberikan perhatian dengan keinginan untuk mengetahui, mempelajari, dan membuktikan produk Ceker Brontak	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Intensitas pencarian informasi</li> <li>b. Keinginan untuk segera membeli</li> <li>c. Keinginan preferensial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari informasi mengenai produk Ceker Brontak</li> <li>2. Ingin segera mengkonsumsi produk Ceker Brontak</li> <li>3. Setia dengan produk Ceker Brontak</li> <li>4. Mengabaikan pilihan selain produk Ceker Brontak</li> </ul>

### 3.8. Teknik Analisis Data

#### 3.8.1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2005). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sebaliknya suatu alat ukur yang kurang valid memiliki validitas rendah.

Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots \dots \dots \text{(Umar, 2003)}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien Korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Banyaknya sampel

x = Skor faktor

y = Skor total

dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

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

Penelitian ini menguji validitas konsumen dari 16 item pernyataan yang valid dengan menggunakan data terkumpul dari 30 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan  $r$  kritis 0,361 apabila korelasi  $<$ 0,361 maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut tidak valid. Hasil perhitungan validitas untuk semua item kuesioner dapat dilihat pada tabel 2 seperti berikut:

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas**

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,878	0,361	Valid
2	0,853	0,361	Valid
3	0,825	0,361	Valid
4	0,823	0,361	Valid
5	0,848	0,361	Valid
6	0,796	0,361	Valid
7	0,812	0,361	Valid
8	0,797	0,361	Valid
9	0,790	0,361	Valid
10	0,516	0,361	Valid
11	0,847	0,361	Valid
12	0,725	0,361	Valid
13	0,794	0,361	Valid
14	0,665	0,361	Valid
15	0,830	0,361	Valid
16	0,768	0,361	Valid

**Sumber: Data diolah, 2015**

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan adalah valid.

Hal ini dapat dilihat dari semua pernyataan yang memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar

dari r tabel. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa kuesioner penelitian dinyatakan valid. Karena semua item yang ada adalah valid, maka semua pernyataan yang dalam penelitian ini dapat digunakan dalam penyebaran kuesioner untuk pengambilan data.

### 3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur yang sama (Umar, 2003). Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan menggunakan bantuan program SPSS. Menurut Ghazali (2005), instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0.60. Jika nilainya lebih kecil dari 0.60 maka kuesioner penelitian ini tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 seperti berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
1	X <sub>1</sub>	0,828	Reliabel
2	X <sub>2</sub>	0,816	Reliabel
3	X <sub>3</sub>	0,786	Reliabel
4	Y	0,861	Reliabel

**Sumber: Data diolah, 2015**

Berdasarkan Tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai interpretasi untuk empat variabel dalam penelitian ini adalah reliable, yaitu dengan nilai *Cronbach alpha* lebih dari 0,6. Nilai interpretasi ketiga variabel tersebut adalah kelompok referensi (X<sub>1</sub>) = 0,828, sikap (X<sub>2</sub>) = 0,816, gaya hidup (X<sub>3</sub>) = 0,786, dan minat beli (Y) = 0,861. Dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan diandalkan untuk digunakan dalam penelitian ini.

### **3.8.3. Pengujian Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1. Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2005), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah :

- a. Jika antar variabel bebas ada korelasi di atas 0,90, maka hal ini merupakan adanya multikolinieritas.
- b. Atau multikolinieritas juga dapat dilihat dari VIF, jika  $VIF < 10$  maka tingkat multikolinieritasnya masih dapat di toleransi.

#### **3.8.3.2. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2005), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisisnya adalah:

- a. Dengan melihat titik-titik pola, jika pola teratur maka terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika terdapat pola yang tidak jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.

### 3.8.3.3. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah yang normal. Cara menganalisisnya yaitu dengan melihat pola pada histogram, dan melihat grafik dengan pola yang penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal, dan mengikuti arah garis berarti model regresi dikatakan memenuhi asumsi normal.

### 3.8.4. Uji Regresi Linier Berganda

Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Variasi independen terhadap variable dependen. Uji regresi linear berganda digunakan karena dalam penelitian ini memiliki 3 variabel independen. Untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti menggunakan model analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + et \quad \dots\dots\dots (Umar, 2003)$$

Keterangan :

- Y = Minat Beli
- X<sub>1</sub> = Kelompok Refrensi
- X<sub>2</sub> = Sikap
- X<sub>3</sub> = Gaya Hidup
- a = nilai konstanta
- b = koefisien regresi
- et = *disturbance term.*

### 3.8.5. Uji $R^2$

Ghozali (2005) mengatakan koefisien determinan ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

### 3.8.6. Uji Hipotesis.

#### 3.8.6.1. Uji Parsial

Uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Untuk mengetahuinya sebagai berikut :

- a. Dapat melihat dari nilai derajat kepercayaan atau signifikan. Jika derajat kepercayaan  $\leq 5\%$  maka hipotesis yang diajukan dapat diterima, namun jika derajat kepercayaan  $\geq 5\%$  maka hipotesis ditolak.
- b. Kemudian dapat juga dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis yang diajukan diterima.

Hipotesis yang diajukan yaitu:

- H1 : Kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Ceker Brontak.
- H2 : Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Ceker Brontak.
- H3 : Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Ceker Brontak.

### 3.8.6.2. Uji Simultan

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Untuk mengetahuinya sebagai berikut :

- a. Dapat melihat dari nilai derajat kepercayaan atau signifikan. Jika derajat kepercayaan  $\leq 5\%$  maka hipotesis yang diajukan dapat diterima, namun jika derajat kepercayaan  $\geq 5\%$  maka hipotesis ditolak.
- b. Kemudian dapat juga dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hipotesis yang diajukan diterima.

Hipotesis yang diajukan yaitu :

- H4 : Kelompok referensi, sikap dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Ceker Brontak.