

## **BAB III**

### **MEDOTE PENELITIAN**

#### **3.1. Tipe Penelitian**

Dalam penelitian ini bersifat eksplanasi, menurut Singarimbun dan Effendi dalam Kurniawan (2012). Penelitian eksplanasi yaitu tipe penelitian yang menyoroti hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini penulis berusaha menjelaskan hubungan variabel pengaruh faktor sosial, gaya hidup, dan karakteristik produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda gunung.

#### **3.2. Sumber Data**

Data yang akan digunakan penelitian diperoleh sebagai berikut:

##### **1.2.1 Data Primer**

Data yang diperoleh secara langsung dari responden, khususnya data yang diperoleh berdasarkan pada jawaban responden terhadap kuesoner.

##### **1.2.2 Data Sekunder**

Data yang diperoleh secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis responden untuk dijawabnya. Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukurannya. Nazir (2011) menjelaskan bahwa skala likert hanya menggunakan item yang secara pasti baik dan secara pasti buruk. Skala likert dalam memperlihatkan item yang dinyatakan dalam beberapa respon alternatif, yaitu:

1. Sangat setuju dengan skor 5
2. Setuju dengan skor 4
3. Netral dengan skor 3
4. Tidak setuju dengan skor 2
5. Sangat tidak setuju dengan skor 1
- 6.

### **3.4. Populasi , Sampel, dan Jenis Penelitian**

Populasi dapat berupa subyek yang mempunyai kualitas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen sepeda gunung di Bandar Lampung. Sampel adalah bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah anggota konsumen komunitas pengguna sepeda gunung GAC (Goes Asik Club) di Bandar Lampung.

Penelitian digunakan dengan penelitian sensus. Penelitian sensus merupakan penelitian yang mengambil satu kelompok populasi sebagai sampel secara keseluruhan dan menggunakan kuesioner yang terstruktur sebagai alat pengumpulan data yang pokok untuk mendapatkan informasi yang spesifik (Jugiyanto,2007), berdasarkan informasi tersebut, maka penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan metode survei dengan bantuan kuesioner, dimana respondennya adalah seluruh konsumen anggota club GAC Bandar Lampung yang berjumlah 135 anggota.

### **3.5. Definisi Konseptual**

1. Faktor sosial (X1) Sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal. perilaku seorang konsumen akan dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status. (Kotler dan Armstrong, 2008 ).
2. Gaya hidup (X2) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi didunia (Kotler dan Keller, 2009).

3. Karakteristik produk (X3) Secara umum karakteristik dapat diartikan sebagai ciri khas atau karakter yang dimiliki setiap individu, corak tingkah laku, tanda khusus (Burhani dan Lawrens, 2003).
4. Keputusan pembelian (Y) adalah pilihan akhir yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya (Kotler dan Armstrong, 2008).

### 3.6. Definisi operasional

Menurut Nazir (2011) definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti. Atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Adapun yang menjadi definisi operasional penelitian ini adalah:

**Tabel 3.1 Variabel Operasional**

Variabel	Definisi Operasional	Sub Variabel	Indikator	skala
Faktor Sosial (X1)	Faktor Sosial merupakan sekelompok orang yang memiliki persamaan dalam status kedudukan dikomunitas sepeda yang bersosialisasi baik formal maupun informal	1. Kelompok Referensi 2. Keluarga 3. Peran dan status	1. Adanya pengaruh komunitas 2. Adanya ajakan dari teman atau rekan kerja 3. Adanya ajakan yang dijadikan panutan (orang yang dituakan) 4. Pengaruh keluarga <i>Prokreasi</i> (suami/istri, anak-anak) 5. Pengaruh status kedudukan	likert
Gaya Hidup (X2)	Gaya Hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam	1. Aktivitas 2. <i>Interest</i> 3. Opini	1. Identifikasi hobi 2. Kenyamanan dalam berolahraga 3. Kebutuhan	likert

	aktivitas, minat, dan pendapat saat seseorang berinteraksi dengan lingkungan		emosional 4. Adanya prestasi dalam bidang olahraga bersepeda 5. Pengaruh promosi media 6. Masalah sosial (mengurangi polusi udara) 7. Keinginan mengikuti tren bersepeda gunung 8. Faktor ekonomi	
Karakteristik Produk (X3)	Karakteristik produk adalah ciri khas atau karakter yang dimiliki oleh sebuah produk	1.Kualitas produk 2.Fitur produk 3.Desain produk	1. Daya tahan sepeda dalam pemakaian jarak jauh 2. Kuat disegala medan perjalanan 3. Sistem rantai gigi sepeda yang mudah digunakan 4. Keseuaian bentuk body sepeda gunung dengan tren saat ini 5. Pilihan warna sepeda gunung yang menarik	likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami seorang konsumen dalam melakukan pembelian	1.Pengenalan kebutuhan 2.Pencarian informasi 3.Evaluasi alternatif 4.Keputusan pembelian 5.Perilaku pasca pembelian	1. Kesadaran akan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Mengevaluasi informasi dari penawaran 4. Ketepatan dalam memutuskan 5. Dampak psikologis setelah memutuskan membeli	likert

### 3.7. Teknik Pengujian Instrumen

#### 3.7.1 Pengujian Validitas

Pengujian validitas kuisisioner dilakukan untuk menunjukkan apakah kuisisioner yang akan disebar kepada responden layak (valid) atau tidak disebar, dengan menggunakan rumus korelasi Product Moment (Sugiono, 2009) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[(N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2) \cdot (N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

Di mana :

$r_{xy}$  = Koefisien Korelasi

N = Jumlah Sampel

X = Variabel faktor sosial (X1), gaya hidup (X2), karakteristik produk (X3)

Y = Variabel keputusan pembelian

Tahapan dalam menguji validitas dengan menggunakan SPSS 17.0 *for Windows evaluation Version* sebagai berikut (Ghozali, 2005).

a. Menyusun Matriks Data Mentah

Matriks data mentah berisi nilai-nilai data asli dari kuisioner. Matriks ini berukuran  $m \times n$  ( $m$  adalah jumlah responden dan  $n$  adalah jumlah variabel).

b. Menyusun Hipotesis

H0 = Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

H1 = Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

c. Menentukan r tabel

Dengan melihat table r berdasarkan nilai df dan tingkat signifikansi, maka dapat ditentukan besarnya r tabel.

d. Mencari r hitung

Nilai r hitung untuk tiap-tiap item dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*.

## e. Pengambilan Keputusan

1) Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka item tersebut valid.

2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item tersebut tidak valid.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil untuk uji validitas instrument adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kuisiонер**

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
<b>Faktor Sosial(<math>X_1</math>)</b>				
Butir 01	0.301	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 02	0.503	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 03	0.444	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 04	0.657	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 05	0.445	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<b>Gaya Hidup(<math>X_2</math>)</b>				
Butir 01	0.492	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 02	0.551	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 03	0.599	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 04	0.467	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 05	0.219	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 06	0.298	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 07	0.577	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<b>Karakteristik Produk(<math>X_3</math>)</b>				
Butir 01	0.301	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 02	0.624	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 03	0.289	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 04	0.616	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 05	0.688	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 06	0.653	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 07	0.626	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>				
Butir 01	0.516	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 02	0.591	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 03	0.677	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 04	0.637	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 05	0.469	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Hasil uji validitas terlihat bahwa untuk variabel faktor sosial diperoleh rentang nilai  $r$  terendah sampai tertinggi adalah antara 0,301-0,657, pada variabel gaya hidup diperoleh nilai antara 0,219-0,599, pada variabel karakteristik produk diperoleh nilai antara 0,301-0,688, sedangkan untuk variabel keputusan pembelian diperoleh nilai antara 0,469-0,677. Seluruh nilai  $r$  dari masing-masing variabel adalah lebih besar dari nilai  $r$  tabel (0,195) pada  $n=100$  dan  $dk$  95% artinya dapat disimpulkan bahwa semua butir soal telah memenuhi syarat validitas instrument.

### 3.7.2 Pengujian Reliabilitas

Pengertian reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten (Sunyoto, 2012). Pengukuran keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuisioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan program komputer SPSS, dengan fasilitas Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha  $> 0,60$ . Untuk perhitungan uji validitas dan uji reabilitas menggunakan bantuan Program Microsoft Excel dan Program Statistika SPSS v.17.0 *for Windows Evaluation Version*. Pada pengujian reliabilitas diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Alpha Chronbach</b>	<b>Simpulan</b>	<b>Keterangan</b>
Faktor Sosial	0,709	cronbach alpha > 0,60	Reliabel
Gaya Hidup	0,725	cronbach alpha > 0,60	Reliabel
Karakteristik Produk	0,802	cronbach alpha > 0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,778	cronbach alpha > 0,60	Reliabel

Hasil perhitungan menghasilkan nilai alpha untuk variabel faktor sosial( $X_1$ ) adalah 0,709, gaya hidup ( $X_2$ ) adalah 0,725, karakteristik produk ( $X_3$ ) adalah 0,802 dan keputusan pembelian (Y) adalah 0,778. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data berstatus reliabel.

### **3.8. Teknik Analisis Data**

#### **3.8.1 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi. Model regresi akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) yakni tidak terdapat heteroskedastisitas, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terdapat autokorelasi (Sunyoto, 2012). Jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasanya standar error. Jika terdapat multikolinearitas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikan koefisien regresi menjadi rendah. Dengan adanya autokorelasi mengakibatkan penaksir masih tetap bias dan masih tetap konsisten hanya saja

menjadi tidak efisien. Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan. Pengujian-pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ( $r \leq 0,60$ ) (Sunyoto, 2012).

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homoskedastisitas. Persamaan yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur, baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang (Sunyoto, 2012).

#### 1. Uji Normalitas

Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai

data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali (Sunyoto, 2012).

### 3.8.2 . Uji $R^2$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali,2005).

### 3.8.3 Uji t (parsial)

Uji t merupakan cara untuk menguji apakah rata-rata suatu populasi sama dengan suatu harga tertentu atau apakah rata-rata dua populasi sama atau berbeda secara signifikan. Pengujian hipotesis terhadap koefisien regresi secara parsial menggunakan uji t, pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5% dengan  $df = (n-k-1)$ . Jogiyanto, (2007).

Formula hipotesis:

1.  $H_0$  Variabel faktor sosial, gaya hidup, dan karakteristik produk secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

2.  $H_a$  Variabel faktor sosial, gaya hidup dan karakteristik produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  
 Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak
2. Berdasarkan nilai probabilitas (signifikan) dasar pengambilan keputusan adalah :  
 Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima  
 Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

### 3.8.4 Analisis regresi linear berganda

Uji regresi linier mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier, yang melibatkan beberapa variabel bebas, untuk digunakan sebagai alat prediksi. (Sugiyono, 2009). Rumus persamaan regresi linier berganda tersebut yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y = keputusan pembelian  
 X1 = faktor sosial  
 X2 = gaya hidup  
 X3 = Karakteristik produk  
 a = *Intercept* (Titik Potong)  
 b = Koefisien Regresi

### 3.8.5 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang digunakan berpengaruh secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen, Ghozali (2005). Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian ini dilakukan dengan uji F pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan analisis ( $\alpha$ ) = 5% derajat bebas pembilang  $df_1 = (k-1)$  dan derajat bebas penyebut  $df_2 = (n-k)$ ,  $k$  merupakan banyaknya parameter (koefisien) model regresi linier dan  $n$  merupakan jumlah pengamatan.

Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 k}{1-R^2 \int n-k-1}$$

Keterangan:

**n** = Jumlah sampel

**k** = Jumlah variabel bebas

**R<sup>2</sup>** = Koefisien determinasi

Formula hipotesis:

1. Ho Variabel faktor sosial, gaya hidup dan karakteristik produk secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Ha Variabel faktor sosial, gaya hidup, dan karakteristik produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

2. Berdasarkan nilai probabilitas (signifikan) dasar pengambilan keputusan adalah :

Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak