

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian ini yaitu Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Surabaya, maka peneliti menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2017:14) menyatakan metode kuantitatif adalah Metode kuantitatif berbasis positivisme dan digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Metode ini mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan menganalisisnya secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis mengapa data kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik statistik..

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu (Sugiyono, 2017). Variabel penelitian ini berdasarkan penelitian literatur dan perumusan hipotesis adalah:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau disebut juga variabel independen (X). Ada pun yang menjadi variabel bebas gaya hidup (X_1), promosi (X_2) dan kualitas produk (X_3).

2. Variabel Terikat

Variabel terikat yang menunjukkan akibat dari variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi yang disebut variabel dependen (Y). Adapun yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur, sehingga peneliti mengukur variabel tersebut. Berdasarkan dari identifikasi variabel dan model analisis yang akan dilakukan, maka untuk membatasi permasalahan yang ada dengan variabel bebas yang diatas dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Gaya hidup (X1)

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya (Philip Kotler & Keller, 2016). Gaya hidup yang merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam melakukan pembelian Kopi Kenangan diukur dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Aktivitas (*activity*)
- 2) Minat (*interest*)
- 3) Opini (*opinion*)

Indikator-indikator di atas diukur dengan menggunakan skala likert antara 1 sampai dengan 5, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

2. Promosi (X2)

Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya (Philip Kotler & Keller, 2016). Promosi merupakan aktivitas Kopi Kenangan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya

Indikator yang digunakan adalah:

- 1) Jangkauan promosi
- 2) Jumlah iklan yang ditayangkan di media promosi,
- 3) Kualitas penyampaian pesan dalam iklan yang ditayangkan di media promosi.

Indikator-indikator di atas diukur dengan menggunakan skala likert antara 1 sampai dengan 5, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

3. Kualitas Produk (X3)

Kualitas produk adalah Kemampuan sebuah produk untuk menunjukkan fungsinya, seperti ketahanan, kepercayaan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan kemudahan perbaikan (Kotler and Amstrong 2014:11). Kualitas produk adalah kemampuan Kopi Kenangan dalam menyajikan produknya untuk selalu memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan dalam bentuk varian produk.

Indikator kualitas produk yang digunakan adalah:

- 1) Performance/kinerja produk
- 2) Feature/fitur produk
- 3) Conformance/kesesuaian.

Indikator-indikator di atas diukur dengan menggunakan skala likert antara 1 sampai dengan 5, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

4. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk

konsumsi pribadi (Kotler and Armstrong 2014). Keputusan pembelian mengacu pada perilaku pelanggan yang membeli produk Kopi Kenangan untuk di konsumsi sendiri.

Indikator yang digunakan adalah:

- 1) Pengenalan kebutuhan
- 2) Pencarian informasi
- 3) Keputusan pembelian.

Indikator-indikator di atas diukur dengan menggunakan skala likert antara 1 sampai dengan 5, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

C. Populasi dan Teknik Sampling

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari: objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. (Sugiyono, 2017). Sudjana dalam Fatihudin, 2015 mengatakan populasi adalah totalitas semua nilai yang memungkinkan, hasil pengukuran, kuantitas, atau kualitas daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli di *outlet* Kopi Kenangan di Surabaya yang tidak diketahui jumlahnya.

Fatihudin, 2015 mengkonfirmasi bahwa sampel merupakan bagian dari populasi. Penelitian sampel dilakukan untuk menghemat waktu, tenaga, dan biaya dan untuk generalisasi. Sampel harus mewakili semua ciri populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono, 2017. Karena jumlah populasi yang tidak dapat diketahui jumlahnya, maka rumus yang digunakan

dalam menentukan jumlah sampel pada populasi penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha/2 . P . Q}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = statistik Z (misal $Z = 1,96$ jika $\alpha = 0,05$)

P = maksimal estimasi = 0.5

$Q = 1-p$

d = alpha (0.10) atau sampling error = 10%

melalui Rumus diatas, maka jumlah sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha/2 . P . Q}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 . 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 (0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,4 = 100$$

Berdasarkan rumus tersebut dimana n yang digunakan adalah $96,04 = 100$ orang. sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang

Penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel secara tidak acak (nonprobability sampling). Nonprobability sampling adalah Tidak ada peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap komponen atau anggota pupulasi untuk diambil sebagai sampel. (Sugiyono, 2017:84). Teknik ini dikombinasikan dengan metode *purposive sampling*, yaitu anggota yang diambil sebagai sampel harus memenuhi kriteria tertentu.

Karakteristik sampel adalah sebagai berikut:

- a. Responden minimal berusia 17 tahun.
- b. Responden yang membeli di *outlet* Kopi Kenangan Ruko Ngagel dan Ruko Manyar Surabaya.

D. Lokasi dan waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang akan diteliti adalah *Outlet* Kopi Kenangan Ruko Ngagel dan Kopi Kenangan - Ruko Manyar yang terdapat di *website* publikasi kopikenangan.com, waktu penelitian pada bulan Januari 2023 sedangkan objek yang akan diteliti adalah menganalisa bagaimana pengaruh Gaya hidup, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan.

E. Metode dan Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang akan peneliti gunakan adalah metode survei dengan menggunakan cara membagikan kuesioner, yang berisikan daftar pertanyaan kemudian kuesioner tersebut dibagikan dan diisi oleh responden agar memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian.

Skala Likert digunakan dalam survei ini. Sugiyono, 2017 menyatakan bahwa skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial termasuk bidang bisnis, dengan skala penilaian dari 1 hingga 4. Data yang dikumpulkan dari kuesioner yang dikodekan sesuai dengan skala Likert 1-4 kemudian ditabulasikan dengan menggunakan program komputer SPSS versi 25 untuk analisis statistik.

Skala yang digunakan adalah skala likert dengan menggunakan alternatif jawaban sebagai berikut:

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

3 = S (Setuju)

4 = SS (Sangat Setuju)

Teknik pengumpulan data ini diambil melalui media Google form yang dibagikan melalui *link* dan diisi oleh pengunjung Kopi Kenangan ruko Ngagel dan ruko Manyar Surabaya. Data primer yaitu data yang peneliti peroleh dari pertemuan langsung dengan obyek yang akan diteliti atau pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini serta dengan menyebarkan kuesioner yang akan diisi oleh responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode angket dengan deretan pertanyaan yang dibuat oleh peneliti dan di sebarakan ke seluruh responden untuk mendapatkan jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden. Kuesioner ini dibagikan kepada pengunjung Kopi Kenangan di Surabaya mengenai profil sosial serta identifikasi responden, yang berisikan data responden yang memiliki kaitan dengan identifikasi responden serta keadaan sosial contohnya: usia, pendidikan terakhir, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan dan juga untuk mengungkapkan mengenai pengaruh variabel (Y) yaitu Keputusan Pembelian pengunjung Kopi Kenangan terhadap variabel (X₁) Gaya Hidup, (X₂) Promosi dan Kualitas Produk (X₃). Angket tersebut berupa daftar *check list* yaitu berisi butiran-butiran pertanyaan dengan tujuan untuk mengetahui penilaian keputusan pembelian dari pengunjung Kopi Kenangan.

F. Teknik mengolah data

Penelitian ini memproses data menggunakan regresi linear berganda. Ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 25 secara otomatis, yang memungkinkan pemrosesan data dan interpretasi hasilnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Oleh karena itu, analisis regresi linear berganda digunakan.

1. Uji Instrumen

Uji Instrumen dilakukan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan dikatakan valid (Ghozali, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran terhadap gejala yang sama akan menghasilkan data yang sama dua kali atau lebih dengan alat pengukur yang sama. Penulis menggunakan koefisien *cronbach alpha* dengan fasilitas SPSS versi 25, untuk menentukan reliabilitas instrumen yang digunakan. Instrumen dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

b. Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Menurut (Ghozali, 2016). uji statistik tidak dapat digunakan pada sampel kecil jika nilai residual tidak mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, plot probabilitas digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, garis lurus diagonal akan dibuat, dan jika plot data residual normal, garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonalnya.

c. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolonieritas adalah untuk menentukan apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen; model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan toleransi dilihat untuk mengetahui apakah ada multikolonieritas atau tidak. Nilai toleransi harus kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 0,10. (Ghozali, 2016).

d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi mengalami ketidaksamaan dalam variasi residual antara beberapa pengamatan. Jika variasi antara satu pengamatan dan yang lain tetap, maka model regresi termasuk homoskedastisitas, tetapi jika variasi berbeda, maka model regresi

termasuk heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas. Pada grafik scatterplot antara SRESID (residual) dan ZPRED (variabel terikat), sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sebenarnya}$) yang telah dipelajari, dapat dilakukan untuk menentukan apakah ada tidaknya pola tertentu dalam heteroskedastisitas. Berikut adalah dasar analisisnya: (Ghozali, 2016)

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti misalnya pola gelombang, melebar, dan menyempit maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti misalnya titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

e. Uji Autokorelasi

Autokorelasi yaitu suatu keadaan dimana terjadi korelasi antara residual tahun ini dengan tingkat kesalahan tahun sebelumnya. Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$) dalam model regresi linier. Jika ada korelasi, uji tersebut disebut sebagai penyakit autokorelasi. Tidak diragukan lagi, model regresi yang baik adalah yang terbebas dari autokorelasi. (Ghozali, 2016).

Untuk mendeteksi adanya autokorelasi yaitu dengan cara menggunakan uji Durbin Watson (DW). Adapun kriteria yang diberlakukan untuk menjadi patokan adalah sebagai berikut:

1. Jika $0 < d < d_L$, berarti ada autokorelasi positif
2. Jika $4 - d_L < d < 4$, berarti ada auto korelasi negative

3. Jika $2 < d < 4 - dU$ atau $dU < d < 2$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif
4. Jika $dL \leq d \leq dU$ atau $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$, pengujian tidak meyakinkan. Untuk itu dapat digunakan uji lain atau menambah data
5. Jika nilai $du < d < 4-du$ maka tidak terjadi autokorelasi

3. Uji Regresi Linier Berganda

Menggunakan model persamaan berikut, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen): (Ghozali, 2016)

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

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian
- a = Konstantan
- b_1 = Koefisien regresi variabel gaya hidup
- b_2 = Koefisien regresi variabel promosi
- b_3 = Koefisien regresi variabel kualitas produk
- X_1 = Variabel gaya hidup
- X_2 = Variabel promosi
- X_3 = Variabel kualitas produk
- e = Nilai standard error

Sementara pengukuran yang ada dalam metode regresi linier berganda adalah koefisien korelasi merupakan cara yang digunakan untuk melihat derajat hubungan anatar variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini menunjukkan kuat atau lemahnya hubungan antara gaya hidup, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara silmutan maupun secara persial dari masing-masing variabel.

4. Analisis Koefisien Determinan Berganda (R^2) Dan Koefisien Korelasi Berganda (R)

Seberapa besar kontribusi variabel gaya hidup (X1), promosi (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) diukur dengan menggunakan analisis koefisien determinan berganda. Selain itu, analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel bebas gaya hidup (X1), promosi (X2), dan kualitas produk (X3) secara parsial terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Tingkat koefisien korelasi dijabarkan dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.1 Interval Koefisiensi Korelasi

Interval Koefisiensi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, (2017:231)

5. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F atau disebut dengan uji hipotesis silmultan adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap varibel terikat.

Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$
- 2) Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 ditetima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau yang disebut dengan uji hipotesis parsial adalah suatu metode stastistik yang digunakan untuk menguji tingkat signinifikansi atau tingkat kepercayaan dari koefisiensi regresi.

Uji t menggunakan level of signifikan (α) sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$. Kriteria pengujian yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$
- 2) Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai signifikan $< 0,05$

c. Uji Dominan

Untuk mengetahui variabel mana yang dominan diantara variabel bebas yang terdiri dari gaya hidup, promosi dan kualitas produk terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian, maka dilakukan dengan melihat ranking koefisien regresi yang distandartkan (β) atau *standartized of coefficient beta* dari masing-masing variabel bebas yang signifikan. Variabel yang memiliki koefisien beta terbesar merupakan variabel bebas (X) yang dominan terhadap variabel terikat (Y).

