

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu di Prodi Manajemen angkatan 2017/2018 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Memilih obyek penelitian tersebut dengan beberapa alasan yang rasional, yaitu kesesuaian antara obyek dengan tema dalam penelitian. Prodi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Ponorogo merupakan prodi dengan jumlah mahasiswa terbanyak sehingga akan memudahkan peneliti dalam proses pengambilan data, karena jumlahnya yang cukup banyak. Lokasi ini cukup strategis dan mahasiswa cenderung akan memberikan informasi yang bida dipercaya dengan latar belakang pendidikannya. Sehingga peneliti ingin mengetahui apakah variabel *hedonic shopping motivation*, *Brand Equity*, *Shopping Lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan studi kasus mahasiswa manajemen angkatan 2017/2018 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

#### B. Populasi dan Sampel Penelitian

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah generalisasi dari objek/subyek dengan ciri dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan darinya. Karakteristik dasar digambarkan atau dicerminkan dalam bentuk ukuran-ukuran tertentu. Adapun dalam penelitian ini populasinya adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2017/2018 Universitas Muhammadiyah Ponorogo sejumlah 130 (BAAK Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

## 2. Sampel

Menurut Arikunto (2014) sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Penentuan banyaknya sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, menggunakan formula Slovin (Sugiyono, 2017), dengan rumus

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

Keterangan :

n = Besar sampel

N = Besar populasi

5% = Tingkat Kesalahan

Sehingga perhitungan jumlah sampel menggunakan batas persentase sebanyak 10% diperoleh angka sebagai berikut :

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

$$n = \frac{130}{1+140.(0,05)^2}$$

n = 96 dibulatkan menjadi 100

Jadi jumlah sampel yang diambil oleh peneliti yaitu 100 responden

Menurut Sugiyono (2018) *probability sampling* yaitu, merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *probability sampling* lebih spesifik menggunakan teknik *random*. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa terkait yang sudah pernah melakukan pembelian produk fashion di e-commerce Shopee.

### C. Metode Pengambilan Data

Dalam riset atau penelitian ada beberapa teknik yang dapat dipergunakan untuk mengumpulkan data. Penggunaan macam-macam teknik pengumpulan data harus disesuaikan dengan kebutuhan data yang akan diambil. Adapun dalam penelitian ini teknik pengumpulan data sebagai berikut :

#### 1. Teknik Angket (Kuesioner)

Menurut Arikunto (2014) teknik menggunakan Kuesioner sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya, atau hal yang diketahui oleh responden. Pilihan jawaban dalam kuesioner menggunakan skala linkert, dimana skala linkert menurut Riduwan (2007) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial dengan menggunakan pernyataan positif, mapun pernyataan negatif.

Penelitian ini memiliki beberapa daftar pernyataan yang harus diisi responden, dimana pernyataan tersebut berkaitan dengan pengaruh keputusan pembelian. Skala penilaian dalam kuesioner memiliki nilai 1-5, adapun penjelasannya sebagai berikut :

Tabel 2 Skala Penilaian

Bobot Nilai	Ket. Nilai	Keterangan
5	Sangat Setuju	Jawaban jika responden menyetujui penuh atau lebih pernyataan yang dipaparkan pada kuesioner
4	Setuju	Jawaban jika responden menyetujui pernyataan yang dipaparkan pada kuesioner sesuai harapan
3	Netral	Jawaban jika responden tidak ingin memberikan kecenderungan terhadap pernyataan
2	Tidak Setuju	Jawaban jika responden ragu-ragu antara memilih menyetujui atau tidak pernyataan yang dipaparkan pada kuesioner
1	Sangat Tidak Setuju	Apabila responden tidak menyetujui pernyataan

#### D. Definisi Operasional Variabel

##### 1. *Hedonic Shopping Motivation*

Christina (2014), menjelaskan bahwa *hedonic shopping motivation* adalah sebuah kondisi dimana seseorang memiliki dorongan belanja hanya untuk mendapatkan sebuah kesenangan dan menjadikan belanja sebagai sesuatu yang sangat menarik. Adapun indikator *hedonic shopping motivation* menurut Christina (2014) adalah sebagai berikut :

- a. *Adventure shopping*
- b. *Social shopping*
- c. *Idea shopping*

- d. *Role shopping*
- e. *Value shopping*

## 2. *Brand Equity*

Pengertian *brand equity* menurut Kotler, Amstrong, dan Gary (2010), adalah sebagai dampak pembeda positif setelah mengetahui nama merek terhadap respons konsumen kepada produk atau jasa dengan merek tersebut. Ekuitas merek menghasilkan konsumen yang mempunyai pilihan jika konsumen dihadapkan pada dua produk yang pada dasarnya hampir sama. Adapun Kotler dan Keller (2009) menyebutkan variabel dari *brand equity* adalah sebagai berikut :

- a. *Brand association*
- b. *Perceived quality*
- c. *Brand loyalty*

## 3. *Shopping Lifestyle*

Afif dan Purwanto (2020) memaparkan bahwa *shopping lifestyle* atau gaya hidup berbelanja merupakan sebuah perilaku dari individu yang ditunjukkan oleh mereka dalam memperhatikan suatu respon personal dan opini atas pembelian suatu produk baik barang maupun jasa.. Adapun Darma dan Japarianto (2014) menjelaskan indikator variabel *shopping lifestyle* adalah sebagai berikut :

- a. Merespon setiap iklan yang mengenai suatu produk
- b. Membeli produk-produk model terbaru
- c. *Shopping merk* yang paling terkenal
- d. Yakin bahwa *merk* terkenal yang dibeli terbaik dalam hal kualitas

- e. Frekuensi membeli barang dengan beragam *merk* lebih sering
- f. Yakin ada dari *merk* lain yang sama seperti yang dibeli

#### 4. Keputusan Pembelian

Menurut Pradipta, Hidayat, dan Sunarti (2016) keputusan pembelian adalah keputusan akhir yang dilakukan oleh seorang konsumen untuk melakukan proses pembelian terhadap suatu produk baik berupa barang maupun jasa dari pilihan perusahaan konsumen tersebut, tentu dengan dasar pilihan yang begitu kuat. Adapun Indikator Keputusan pembelian menurut Dianah (2017) adalah sebagai berikut :

- a. Pilihan Produk
- b. Pilihan merek
- c. Waktu Pembelian
- d. Pembayaran

#### E. Metode Analisis Data

##### 1. Uji Instrument

- a. Uji Validitas

Uji validasi digunakan untuk mengukur validitas atau keabsahan suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Gunakan SPSS (Statistical Product and Service Solution) Ghazali (2018) untuk menguji validitas kuesioner survei ini. Menurut Sugiono (2017), dalam menentukan nilai korelasi, penulis menggunakan rumus rasio produk Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n (\sum xy - \sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2 (n \sum y^2 - (\sum y)^2)\}}}$$

Sumber : Sugiono (2017)

Dimana :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Reponden

x = Skor Pertanyaan

y = Skor Total

Dasar pengambilan keputusan (taraf signifikaan 5%) :

- 1) Jika r hitung > r table maka data atau item pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika r hitung < r table maka data atau item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur kuesioner, yang merupakan indikator dari variabel-variabel penyusunnya. Kuesioner dikatakan kredibel atau kredibel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil. Pengukuran reliabilitas Ghazali (2018) menggunakan uji statistik Cronbach's alpha. Dalam pengujian ini, suatu variabel dianggap reliabel jika nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,600. Uji reliabilitas kuesioner survei ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solution). Santos (2015). Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan mengukur reliabilitas menggunakan uji

statistik alpha cronbach. Kriteria pemeriksaan keandalan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika faktor alfa lebih besar dari 0,6, kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Jika hasil faktor alpha kurang dari 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Pengujian reabilitas dapat dihitung dengan menggunakan Formula *Cronbach's Alpha* yang dirumuskan Prayitno,(2010) sebagai berikut :

$$a = \frac{k.r}{1+(r-1)k}$$

Dimana :

a = koefisien reliabilitas

k = jumlah item per variabel x

r = mean korelasi antar item

## 2. Alat Analisis Data

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi Linier berganda adalah bentuk perluasan dari teknik analisis regresi sederhana. Menurut Sugiono (2017) maka bentuk rumus regresi yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

#### Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstata

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub>,b<sub>3</sub> : : Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> : *Hedonic Shopping Motivation*

X<sub>2</sub> : *Brand Equity*

X3 : *Shopping Lifestyle*

e1 : Standar Error Persamaan

#### **b. Analisis Koefisien Determinasi**

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen/dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti variabel bebas/independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk menjelaskan variasi variabel terikat/dependen. Nilai yang mendekati 1, di sisi lain, berarti bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen dan memberikan informasi umum tentang apa yang diperlukan untuk memprediksi variabilitas.

Secara sederhana, koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menentukan variabilitas variabel dependen (Y) dari variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ), dan variabilitas variabel independen. Menurut Sugiono (2017), nilai  $R^2$  yang digunakan sesuai dengan persamaan berikut:

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

Menurut dijelaskan bahwa keeratan korelasi dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- 1) 0,00 sampai 0,20 korelasi memiliki keeratan sangat lemah
- 2) 0,21 sampai 0,40 korelasi memiliki keeratan lemah
- 3) 0,41 sampai 0,70 korelasi memiliki keeratan kuat
- 4) 0,71 sampai 0,90 korelasi memiliki keertan sangat kuat

- 5) 0,91 sampai 0,99 korelasi memiliki keeratan kuat sekali berarti korelasi sempurna.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji T

Uji statistik t bertujuan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas atau independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan langkah membandingkan t hitung dengan t tabel Santoso,(2013). Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel x berpengaruh terhadap variable y dengan rumus Sugiono (2017) sebagai berikut :

$$t = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

t = Test Signifikan dengan angka korelasi

b<sub>i</sub> = Koefisien Regresi

Se(b<sub>i</sub>) = Standart error dari koefisien korelasi

Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

- 1) t hitung  $\leq$  t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial.
- 2) t hitung  $>$  t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial.

#### b. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah keseluruhan variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model regresi

mempunyai pengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat (dependen). Adapun rumus uji F menurut Sugiono (2017) adalah sebagai berikut :

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

Apabila nilai probabilitas signifikan  $< 0,05$  maka variabel independen (bebas) secara simultan mempengaruhi variabel terikat (dependen). Ataupun bisa ditentukan menggunakan hipotesis sebagai berikut :

- 1)  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \dots \beta_i = 0$  berarti secara simultan tidak dapat pengaruh signifikan variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \dots \beta_i \neq 0$  berarti secara simultan terdapat pengaruh signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

