

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011:7) jenis data penelitian kuantitatif berupa angka dan analisis menggunakan spss. Dalam penelitian kuantitatif hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2. Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive (sengaja), yaitu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Malang dan sekitarnya, dikarenakan responden yang menjadi sasaran penelitian adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Malang itu sendiri. Hal ini berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 4 dan 5 Maret 2015 terhadap Mahasiswa UIN Malang, mereka menjawab bahwa rokok yang dikonsumsi adalah merek *LA Lights* Djarum, sedangkan alasan mereka memilih rokok tersebut dikarenakan faktor pergaulan dan rasa rokok itu sendiri.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari jumlah yang akan diamati atau diteliti. Populasi bukan hanya orang (manusia), tetapi juga bisa makhluk hidup lain ataupun benda-benda alam yang lain (Nisfiannoor, 2009:5). Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah konsumen rokok merek *LA Lights* yang sedang menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

2. Sampel

Berdasarkan pendapat sugiyono (2011:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Sementara itu jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, hal ini berdasarkan pendapat sugiyanto (2011:91) bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Maka penentuan penentuan jumlah 100 sampel/responden ini sudah masuk dalam kriteria sehingga layak untuk diteliti.

Sedangkan untuk penentuan besarnya sampel digunakan rumus sebagai berikut (Malhotra, 2004:362) :

Jumlah item = 4×5

= 20

Jumlah responden = 5×20

= 100 responden

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Metode dalam penarikan sampel dilakukan secara purposive (*purposive sampling*). Menurut Sujarweni dan Endrayanto (2012:16), *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Demikian juga menurut Suharyadi dan Purwanto (2011:17) penarikan sampel purposive adalah penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut didasarkan pada kepentingan atau tujuan penelitian. Adapun kriteria yang ditentukan pada sampel adalah responden yang mengkonsumsi dan membeli rokok *La Lights* Djarum dan sedang menempuh pendidikan di Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang.

3.5. Data dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung dari responden yang membeli dan mengkonsumsi rokok *LA Lights*, dimana data diperoleh langsung melalui wawancara dengan daftar pertanyaan (kuesioner).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data jadi yang diperoleh dari instansi-instansi yang terkait dengan penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan, antara lain :

- a. Wawancara dengan menggunakan kuesioner, teknik ini digunakan untuk mencari data primer dengan cara mengajukan pertanyaan dan meminta penjelasan secara sistematis.
- b. Pencatatan, teknik ini digunakan untuk mencari data sekunder dengan cara membuat catatan yang dikumpulkan dari data dan publikasi yang sudah ada pada lembaga-lembaga atau instansi-instansi yang terkait.
- c. Observasi, teknik ini digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari wawancara dan pencatatan yaitu dengan pengamatan secara langsung pada obyek yang diteliti.

3.7. Definisi Operasional Variabel

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable), dimana variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat. Pada penelitian ini, variabel bebas adalah perilaku konsumen yang terdiri dari faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis. Menurut pendapat Engel dkk (2002:3) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian. Berikut ini masing-masing definisi dari setiap variabel beserta indikatornya:

a. Variabel terikat (X)

1. Faktor Kebudayaan (X1)

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat.

(Sumarwan, 2004:169). Indikator factor kebudayaan antara lain:

- Kultur
- Subkultur
- Kelas Sosial

2. Faktor Sosial (X2)

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen

(Simamora,2004:8)

Indikator dari factor social antara lain:

- Kelompok
- Keluarga
- Peran dan Status social

3. Faktor Pribadi (X3)

Faktor pribadi adalah karakteristik konsumen yang muncul dari dalam diri konsumen. (Sumarwan, 2004:76)

Indikator dari factor pribadi antara lain:

- Usia dan Tahap daur hidup
- Pekerjaan

- Keadaan Ekonomi
- Gaya Hidup
- Kepribadian dan konsep diri

4. Faktor Psikologis (X4)

kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya. (Simamora, 2004:11)

Indikator factor psikologis anantara lain:

- Motivasi
- Persepsi
- *Learning*
- Kepercayaan
- Sikap

b. Variabel bebas (Y)

Variabel bebas (Y) atau juga disebut sebagai dependen variable yaitu keputusan pembelian, dimana keputusan pembelian adalah Keputusan pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya (Sumarwan,2002:310).

Tabel 3.1
Variabel, Sub Variabel dan Indikator

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Perilaku Konsumen (X)	Faktor Budaya (X1)	Kultur
		Subkultur
		Kelas Sosial
	Faktor Sosial (X2)	Kelompok
		Keluarga
		Peran dan Status Sosial
	Faktor Pribadi (X3)	Usia dan tahap daur hidup
		Pekerjaan
		Keadaan Ekonomi
		Gaya Hidup
	Faktor Psikologis (X4)	Kepribadian dan Konsep diri
		Motivasi
		Persepsi
Learning		
Kepercayaan		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan yang diambil untuk membeli rokok merek <i>LA Lights</i>	Sikap
		Pengaruh factor Kebudayaan
		Pengaruh Faktor Sosial
		Pengaruh Faktor Pribadi
		Pengaruh factor Psikologis

Sumber : Data diolah

3.8. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam mengukur jawaban responden adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus. Umumnya masing-masing item scale mempunyai lima kategori, yang berkisar antara “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”. Adapun format jawaban tipe skala Likert terdiri dari:

- a. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai = 1

- b. Untuk jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai = 2
- c. Untuk jawaban ragu-ragu diberi nilai (RG) = 3
- d. Untuk jawaban Setuju (S) diberi nilai = 4
- e. Untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai = 5

(Malhotra, 2009:298).

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

1). Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Cara mengukur validitas dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif, maka pertanyaan atau indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2006 : 45). Cara mengukur validitas kuesioner dilakukan dengan menghitung nilai korelasi antar data pada masing – masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus Teknik Korelasi Produk Moment, sebagai berikut :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - \sum Y^2)}}$$

Dimana:

X= Skor item

Y= Skor total

XY= Skor pernyataan

N= Jumlah responden untuk diuji coba

R= korelasi produk momen

2). Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel suatu kuesioner. Dinyatakan reliabel / handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006 : 41). Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan One Shot / pengukuran sekali saja, dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Uji Reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS for windows, yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan Uji Statistik Cronbach Alpha (). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2006 : 42). Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien Alpha adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana :

= koefisien reliabilitas

r = mean korelasi item

k = jumlah variabel

1 = bilangan konstan

3.9 Analisis Data

A. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam menganalisis data digunakan uji regresi linier berganda. Regresi linier berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependent dan dua atau lebih variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

Dimana:

Y = Variabel dependen yaitu keputusan pembelian

a = koefisien Konstanta

b₁ = koefisien regresi pertama

b₂ = koefisien regresi kedua

b₃ = koefisien regresi ketiga

b₄ = koefisien regresi keempat

X₁ = variabel independen pertama yaitu faktor kebudayaan

X₂ = variabel independen pertama yaitu faktor sosial

X₃ = variabel independen pertama yaitu faktor pribadi

X₄ = variabel independen pertama yaitu faktor psikologis

B. Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan beberapa pengujian yaitu uji-F dan uji-t

1) Uji Simultan(F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006 : 84). Variabel independen yaitu faktor kebudayaan (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3) dan faktor psikologis (X4) yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian rokok merek *LA Lights* (Y).

Langkah – langkah pengujian adalah sebagai berikut :

a) Menentukan Formulasi Hipotesis

1. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = \dots = b_k = 0$. Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \dots \neq b_k \neq 0$. Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

b) Menentukan Derajat Kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) dari F_{hitung} dan F_{tabel} . Dengan jumlah sampel 85 dan menggunakan tiga variabel independen didapat F_{tabel} sebesar 2,71. Bila $F_{hitung} > 2,71$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Bila $F_{hitung} < 2,71$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

2) Uji Parsial (t)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006 : 84).

Langkah – langkah pengujian adalah sebagai berikut :

a) Menentukan Formulasi Hipotesis

1. $H_0 : b_1 : b_2 : b_3 = 0$. Artinya, variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. $H_a : b_1 : b_2 : b_3 \neq 0$. Artinya, variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

b) Menentukan Derajat Kepercayaan 5 % ($\alpha = 0,05$) dari t_{hitung} dan t_{tabel} . Dengan jumlah sampel 85 dan menggunakan uji dua sisi didapat t_{tabel} sebesar 1,989. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c) Membuat Kesimpulan

1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$

maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menyatakan bahwa variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

3. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menyatakan bahwa variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

C. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menguji model penelitian ini adalah dengan menghitung koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. (Imam Ghazali; 2002 : 45). Semakin besar R^2 suatu variabel bebas menunjukkan semakin dominannya pengaruh terhadap variabel tidak bebasnya, dan variabel bebas mempunyai R^2 paling besar menunjukkan pengaruh paling dominan terhadap variabel tidak bebas. Besaran R^2 yang didefinisikan dikenal sebagai koefisien determinasi (sampel) dan merupakan besaran yang paling lazim digunakan untuk mengukur kebaikan sesuai (*goodness of fit*) garis regresi. Secara verbal, R^2 mengukur proporsi (bagian) atau prosentase total variasi dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi. Koefisien Determinasi (R^2), adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen secara bersama-sama. Uji R^2 (koefisien determinasi) ini untuk melihat kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai range antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Semakin besar nilai R^2 (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut (variabel independen secara keseluruhan mampu menjelaskan variabel dependen), dan semakin mendekati nol berarti jelek hasil regresinya, artinya variabel independen secara

keseluruhan tidak mampu menjelaskan variabel dependen. dalam program SPSS ditunjukkan dengan melihat besarnya Adjusted R² pada tampilan Model Summary.

D. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini banyak atau tidak kemudian dianalisis menggunakan Analisis Regresi. Uji Asumsi Klasik yang digunakan adalah :

a) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independent). Model Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

1. Nilai R² yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi.
2. Menganalisis Matrik Korelasi variabel independen. Jika korelasinya cukup tinggi / di atas 0,90 maka merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
3. Dapat dilihat dari Nilai Tolerance dan lawannya, Varian Inflation Factor(VIF). Jika nilai tolerance < 0,10 atau = nilai VIF > 10 berarti menunjukkan adanya multikolinearitas (Ghozali, 2006 : 91).

Uji Multikolinearitas diterapkan pada persamaan yang memasukkan beberapa variabel bebas secara bersama – sama. Persamaan tersebut adalah

persamaan yang menguji variabel kualitas produk, persepsi kualitas layanan, dan persepsi harga.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ke tidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID)(Ghozali, 2006 : 105).

c) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji tingkat kenormalan variabel dependen dan variabel independen. Model regresi yang baik adalah memiliki Distribusi Data Normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu, dengan melihat Normal Probability Plot yang membandingkan Distribusi Kumulatif dari distribusi normal. Distribusi Normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2006 : 110).