

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) lantaran peneliti berperan langsung. *Field research* merupakan jenis penelitian yang secara langsung mendatangi responden di lapangan untuk memperoleh informasi.¹

2. Pendekatan penelitian

Metode yang digunakan dalam pendekatan penelitian ini ialah metode kuantitatif yang mana jenis penelitian tersebut digunakan untuk mendapatkan data berupa angka. Pendekatan kuantitatif memfokuskan perhatian pada karakteristik tertentu yang dikatakan sebagai variabel.²

B. Setting Penelitian

Setting penelitian memuat mengenai lokasi dan waktu pelaksanaan sebuah penelitian. Guna memperoleh data yang sempurna dan valid, penelitian memerlukan waktu yang cukup lama. Adapun lokasi penelitian yaitu pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus pada tahun 2016-2019 di Jl. Conge Ngembalrejo Bae Kudus.

Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan selama proses pembuatan skripsi dari tahap pra survei hingga dilaksanakan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah keseluruhan objek maupun subjek yang ada pada suatu lingkungan seta mencukupi syarat yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.³ Adapun populasi penelitian ini ialah Mahasiswi Fakultas

¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 5.

² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 39.

³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 76.

Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus pada tahun 2016-2019 yang berjumlah 1.799 mahasiswi.⁴

2. Sampel

Sampel merupakan pecahan dari jumlah populasi yang dipakai dalam penelitian.⁵ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *nonprobability sampling*, yang mana tanpa memberi kesempatan serupa pada setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Metode yang dipakai dalam penelitian ini ialah *sampling aksidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan.⁶

Sampel pada penelitian ini ialah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus pada tahun 2016-2019. Penentuan sampel dapat digunakan dengan rumus Slovin sebagai berikut⁷:

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

Di mana:

n : Ukuran sampel

N : Populasi

e :Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

Di sini penulis menggunakan e = 10% (besar standar erornya 10%). Maka akan diketahui:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + (Nxe^2)} \\ &= \frac{1799}{1 + 1799(0,1)^2} \\ &= \frac{1799}{18,99} \\ &= 94,73 \\ &= 95 \end{aligned}$$

⁴ “Sikadu Institut Agama Islam Negeri Kudus,” 2 Februari, 2020, <http://sikadu.iainkudus.ac.id>.

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 81.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 77.

⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 82.

Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 95 mahasiswa.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Desain yang digunakan pada penelitian ini ialah desain penelitian survei, di mana penelitian survei dilaksanakan guna mengumpulkan informasi dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden.⁸

Sedangkan variabel dapat dideskripsikan sebagai karakter pada setiap objek yang memiliki perbedaan diantara objek lainnya. Variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang menyebabkan perubahan pada variabel dependen (terikat). Variabel independent dalam penelitian ini ialah *life style* dan perilaku konsumtif.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi dari variabel independen.⁹ Yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat ialah keputusan pembelian.

Definisi operasional variabel merupakan definisi yang dilandaskan pada karakteristik yang dapat diobservasi atau gejala yang dapat dilihat, diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain.¹⁰ Definisi operasional dalam penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 71.

⁹ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 95.

¹⁰ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, 100.

Table 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Life style</i>	<i>life style</i> ialah suatu bentuk kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapat. ¹¹	1. Aktivitas (<i>Activities</i>) 2. Minat (<i>Interests</i>) 3. Pendapat (<i>Opinions</i>)	<i>Likert</i>
Perilaku Konsumtif	Perilaku konsumtif merupakan suatu kegiatan seseorang dalam membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal di mana dalam membeli barang tersebut tidak berdasarkan pada faktor kebutuhan. ¹²	1. Iming-iming hadiah. 2. Kemasan menarik. 3. Menjaga penampilan dan gengsi. 4. Pertimbangan harga (tidak berdasarkan kemanfaatan). 5. Menjaga simbol status. 6. Meniru atas model yang mengiklankan. 7. Timbulnya penilaian membeli produk harga mahal akan memunculkan percaya diri	<i>Likert</i>

¹¹ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 170.

¹² Ahmad Abdur Rohman & Sri Umi Mintarti Widjaja, " Analisis Perilaku Konsumtif dan Perilaku Menabung Mahasiswa Penerimaan Beasiswa Bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2014," *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11, no. 2 (2018): 109.

		yang tinggi. 8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian ialah suatu tindakan yang dilakukan seorang konsumen yang berhubungan dengan perkonsumsian pada sebuah produk atau jasa yang diperlukan. ¹³	1. Keputusan jenis produk 2. Keputusan bentuk 3. Keputusan merek 4. Keputusan tempat 5. Keputusan jumlah produk 6. Keputusan waktu 7. Keputusan pembayaran	<i>Likert</i>

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam mewujudkan tolak ukur sebuah penelitian maka dibutuhkan sebuah ketelitian. Oleh sebab itu terdapat dua syarat yang harus terpenuhi guna mendapatkan suatu pengukuran yang teliti, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas merupakan kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya.¹⁴ Kuesioner dinyatakan valid apabila $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ di mana hasil dari $r \text{ hitung}$ dibandingkan dengan $r \text{ tabel}$ di mana $df=n-2$ dengan signifikansi 5%.¹⁵

¹³ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 249.

¹⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 267.

¹⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 108.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengukuran pada indikator dalam kuesioner.¹⁶ Artinya jika jawaban seseorang pada pertanyaan dalam kuesioner selalu konsisten maka dinyatakan reliabel, tidak pernah berubah sehingga memberikan hasil yang sama. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha* pada SPSS. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Alpha > 0,60.¹⁷

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah suatu metode yang dilaksanakan oleh peneliti guna menggali informasi. Teknik yang digunakan ialah:

1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner ialah suatu metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan sistem memberi pertanyaan atau pernyataan pada para responden untuk dijawab.¹⁸ Teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti paham tentang variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diinginkan responden.¹⁹ Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan pengukuran skala *likert*. Skala *likert* mempunyai gradasi yang benar-benar positif hingga benar-benar negatif, dapat dijelaskan dengan kata-kata berikut:

- Skor 5 mengidentifikasi Sangat Setuju (SS)
- Skor 4 mengidentifikasi Setuju (S)
- Skor 3 mengidentifikasi Netral (N)
- Skor 2 mengidentifikasi Tidak Setuju (TS)
- Skor 1 mengidentifikasi Sangat Tidak Setuju (STS)

¹⁶ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 97.

¹⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 110.

¹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 94.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 86.

2. Wawancara

Wawancara ialah suatu metode dengan mengajukan pertanyaan guna memperoleh informasi perihal obyek penelitian.²⁰

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah teknik analisis kuantitatif. Adapun runtutan analisis data yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan guna memahami ada tidaknya kesamaan pada variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebuah korelasi yang begitu kuat jika terdapat kesamaan antar variabel. Uji multikolinieritas digunakan supaya terlepas dari kebiasaan terhadap pengambilan keputusan adakah pengaruh pada uji parsial setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika VIF (*variance inflation factor*) yang dihasilkan di antara 1-10 ($VIF < 10$) maka tidak terjadi multikolinieritas.²¹

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan guna melihat ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu dengan variabel sebelumnya. Untuk mendeteksi autokorelasi yaitu dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.²²

²⁰ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Akutansi*, (Bandung: Refika Aditama, 2013), 22.

²¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 158-159.

²² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 159.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak bepola.²³

d. Uji Normalitas

Uji normalitas guna menguji normal atau tidak pada variabel independen dan variabel dependen. Model regresi yang baik ialah mempunyai distribusi data normal atau hampir normal. Distribusi normal, yaitu pada distribusi data tidak memiliki juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan²⁴.

2. Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi ganda ialah suatu regresi yang mempunyai satu variabel terikat (depenen) dan dua atau lebih variabel bebas (independent). Fungsi analisis regresi ganda untuk memprediksi naik turunnya variabel terikat, apabila dua atau lebih variabel bebas sebagai faktor prediktor.²⁵ Persamaan regresi ganda dapat dicari menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e^{26}$$

Di mana:

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

²³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 159-160.

²⁴ Masrukhin, *Buku Daros Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press), 187.

²⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 250.

²⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 160.

- a = konstanta
 X_1 = Variabel independen (*Life Style*)
 X_2 = Variabel independen (Perilaku Konsumtif)
 b_1, b_2 = koefisien regresi

Penelitian ini menggunakan regresi berganda karena variabel independennya berjumlah dua yaitu *life style* dan perilaku konsumtif dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

b. Uji Signifikan Parameter Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial apakah variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dalam proses analisis t hitung dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i = koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i

Uji t dilaksanakan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, menggunakan tingkat signifikansi ($\alpha=5\%$) dan df ($n-k-1$), dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, H_0 diterima
- 2) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, H_0 ditolak²⁷

c. Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi secara bersama-sama seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menguji Uji F dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F hitung $< F_{\text{tabel}}$, H_0 diterima
- 2) Jika nilai F hitung $> F_{\text{tabel}}$, H_0 ditolak

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan guna memahami presentase perubahan variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen. Jika R^2

²⁷ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 68-69.

semakin besar, maka presentase semakin tinggi, Jika R^2 semakin kecil, maka presentase semakin rendah.²⁸



²⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 162-164.