

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat yang beralamat di Jl. Jend. Ahmad Yani No. 135D, Kartini, Kec. Rantau Utara, Kab. Labuhanbatu, Sumatera Utara.

##### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Desember 2022 sampai dengan Maret 2023. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel jadwal penelitian sebagai berikut :

**Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan Penelitian**

Keterangan	Rencana Jadwal Penelitian																			
	November				Oktober				Januari				Februari				Maret			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Rencana Penelitian	■	■																		
Permohonan Judul			■	■																
Penyusunan Proposal skripsi					■	■	■	■												
Bimbingan Proposal skripsi									■	■	■	■								
Seminar Proposal skripsi													■	■	■	■				
Penulisan Skripsi																	■	■	■	■
Jadwal Sidang																	■	■	■	■

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Populasi bisa disebut sebagai totalitas subjek penelitian. (Wijaya, 2013). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah keseluruhan pengguna produk Eiger di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat.

### 2. Sampel

Menurut (Wijaya, 2013), Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil/ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidental*. *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan purposive sampling sebagai teknik penentuan sampelnya.

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2019) :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

n= sampel

z= harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p= peluang benar 50% = 0,5

q= peluang salah 50% = 0,5

e= margin error 10%

Dari perhitungan diatas, sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04, kemudian angka tersebut dibulatkan menjadi 96 orang responden.

Pengambilan jumlah sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2006).

Kriteria yang telah ditentukan dalam penelitian ini, dalam hal ini adalah:

- Konsumen yang menggunakan produk Eiger di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat.
- Konsumen yang membeli produk eiger lebih dari dua kali.
- Konsumen minimal berumur 17 tahun.

### **C. Defenisi Operasional Variabel**

Defenisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Defenisi operasional untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Defenisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang yang lainnya. gaya hidup merupakan seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu.	1. Activities (kegiatan) 2. Interest (minat) 3. Opinion (opini)	Likert
Citra Merek (X <sub>2</sub> )	Persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam memori konsumen. Suatu merek yang telah mapan memiliki posisi penjualan yang lebih tinggi dalam persaingan bila didukung oleh berbagai asosiasi yang kuat.	1. Corporate Image (citra pembuat) 2. User Image (citra pemakai) 3. Product Image (citra produk)	Likert
Produk (X <sub>3</sub> )	Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.	1. Kinerja ( <i>Performance</i> ) 2. Fitur ( <i>Feature</i> ) 3. Keandalan ( <i>Reliability</i> ) 4. Daya Tahan 5. Kemampuan Pelayanan Produk	Likert
Harga (X <sub>4</sub> )	Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert

	memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.	4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.	1. Product choice (Pilihan produk) 2. Brand choice (Pilihan merek) 3. Dealer choice (Pilihan tempat penyaluran) 4. Purchase amount (Jumlah pembelian atau kuantitas) 5. Purchase timing (Waktu pembelian) 6. Payment method (Metode pembayaran)	Likert

**Sumber: Chaney (2003), Kotler (2010), Kotler dan Armstrong (2000), Kotler dan Armstrong (2008), Tjiptono (2011)**

#### **D. Jenis Data dan Sumber Data**

Menurut Situmorang dan Lutfi (2014) cara memperoleh data terbagi dua berdasarkan pada sumbernya yaitu:

##### **1. Data Primer**

Data primer (*Primary Data*) yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa *interview*, kuesioner dan observasi. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada pembeli/pengunjung PT. Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder (*Secondary Data*) yaitu data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai

instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2013), teknik pengumpulan data meliputi:

#### **a. Wawancara (*Interview*)**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendala dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi.

#### **b. Kuesioner**

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau tidak langsung, dikirim melalui pos atau internet.

### c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi, merupakan teknik dalam melakukan pengumpulan data dan informasi dari buku-buku dan sumber data lain yang berhubungan dengan objek penelitian.

## F. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2011:52). Karena seluruh populasi sudah menjadi sampel dalam penelitian ini. Pengujian validitas instrument dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software spss 22.0 for windows* . Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisioner adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $r$  hasil positif,  $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$  maka pertanyaan tersebut valid
- b. Jika  $r$  hasil positif,  $r^{\text{hitung}} < r^{\text{tabel}}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Penulis melakukan uji coba instrumen di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Rantauprapat. Untuk uji validitas dikatakan valid apabila semua indikator dalam penelitian memiliki angka di atas 0,200. Berdasarkan hal itu dapat dilihat dari tabel berikut hasil uji SPSS pada indikator-indikator Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), Produk ( $X_3$ ), dan Harga ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

**Tabel 3.3. Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Soal</b>	<b>r Hitung</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Gaya Hidup (X1)</b>	P1	0,400	0,200	<b>Valid</b>
	P2	0,723	0,200	<b>Valid</b>
	P3	0,495	0,200	<b>Valid</b>
	P4	0,690	0,200	<b>Valid</b>
	P5	0,769	0,200	<b>Valid</b>
	P6	0,657	0,200	<b>Valid</b>
	P7	0,644	0,200	<b>Valid</b>
	P8	0,530	0,200	<b>Valid</b>
<b>Citra Merek (X2)</b>	P1	0,731	0,200	<b>Valid</b>
	P2	0,556	0,200	<b>Valid</b>
	P3	0,782	0,200	<b>Valid</b>
	P4	0,748	0,200	<b>Valid</b>
	P5	0,676	0,200	<b>Valid</b>
<b>Produk (X3)</b>	P1	0,527	0,200	<b>Valid</b>
	P2	0,573	0,200	<b>Valid</b>
	P3	0,669	0,200	<b>Valid</b>
	P4	0,626	0,200	<b>Valid</b>
	P5	0,651	0,200	<b>Valid</b>
	P6	0,602	0,200	<b>Valid</b>
	P7	0,500	0,200	<b>Valid</b>
	P8	0,671	0,200	<b>Valid</b>
	P9	0,696	0,200	<b>Valid</b>
<b>Harga (X4)</b>	P1	0,577	0,200	<b>Valid</b>
	P2	0,712	0,200	<b>Valid</b>
	P3	0,791	0,200	<b>Valid</b>
	P4	0,683	0,200	<b>Valid</b>
	P5	0,693	0,200	<b>Valid</b>
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	P1	0,556	0,200	<b>Valid</b>
	P2	0,742	0,200	<b>Valid</b>
	P3	0,552	0,200	<b>Valid</b>
	P4	0,670	0,200	<b>Valid</b>
	P5	0,604	0,200	<b>Valid</b>
	P6	0,671	0,200	<b>Valid</b>

Sumber: diolah melalui SPSS. 2023

Berdasarkan Tabel 3.3 diperoleh bahwa hasil dari pengujian Validitas memiliki nilai yang lebih besar dari 0.200. Dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan/ Pernyataan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang mempunyai indikator dari variabel dan konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil waktu ke waktu (Ghozali, 2011:47).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, yang memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik cronback alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronback alpha ( $\alpha$ ) > 0,6.

Suatu variabel yang diteliti dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.6, berdasarkan hasil pengolahan data untuk uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut :

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<b>Gaya Hidup (X<sub>1</sub>)</b>	0,768	<b>Reliabel</b>
<b>Citra Merek (X<sub>2</sub>)</b>	0,740	<b>Reliabel</b>
<b>Produk (X<sub>3</sub>)</b>	0,791	<b>Reliabel</b>
<b>Harga (X<sub>4</sub>)</b>	0,726	<b>Reliabel</b>
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	0,754	<b>Reliabel</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan Tabel 3.4 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas dinyatakan reliabel hal ini dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian layak dipergunakan dalam penelitian.

## G. Metode Analisis Data

### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan, mengolah, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data penelitian, sehingga diperoleh gambaran jelas mengenai objek yang diteliti dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Menurut Situmorang dan Lufti (2014) mengemukakan analisis regresi linear berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variabel independen yaitu Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), Produk ( $X_3$ ) dan Harga ( $X_4$ ) dengan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Berdasarkan hubungan dua variabel yang dinyatakan dengan persamaan linear dapat digunakan untuk membuat prediksi (ramalan) tentang besarnya nilai  $Y$  (variabel dependen) berdasarkan nilai  $X$  tertentu (variabel independen). Ramalan (prediksi) tersebut akan menjadi lebih baik bila kita tidak hanya memperhatikan satu variabel yang mempengaruhi (variabel independen). Bentuk dari persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

$Y$	= Keputusan Pembelian
$a$	= Konstanta
$b_1-b_2-b_3-b_4$	= Koefisien Regresi
$X_1$	= Gaya Hidup
$X_2$	= Citra Merek
$X_3$	= Produk
$X_4$	= Harga

$$e = \text{Standard Error}$$

### 3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Situmorang dan Lufti (2014), agar didapat perkiraan regresi yang tidak bias dan efisiensi maka dilakukan pengujian asumsi klasik, ada beberapa kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam penelitian yaitu:

#### a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Data dinyatakan berdistribusi normal jika data tersebut membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal dengan melihat grafik normal *probability plot*. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Untuk uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari koefisien tingkat keyakinan (*level of confidence*).

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Artinya varians variabel bebas (*independent variable*) adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel bebas (homokedastisitas). Melalui analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi dapat pula dilakukan dengan Uji Glejser, meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan

absolut residual lebih dari koefisien tingkat keyakinan (*level of confidence*) maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### c. Uji Multikolinearitas

Artinya variabel bebas (*independent variable*) yang satu dengan yang lain dalam model regresi linear berganda tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Untuk menguji ada atau tidaknya gejala Multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) melalui program SPSS. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai *Tolerance*  $> 0,1$  atau nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.

## 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Situmorang dan Lufti (2014) Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *independent* atau *predictornya*. *Range* nilai dari  $R^2$  adalah 0-1. Semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan amat terbatas, sebaliknya semakin mendekati satu model semakin baik.

Pada intinya mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), Produk ( $X_3$ ) dan Harga ( $X_4$ ) terhadap naik turunnya variabel terikat (variabel dependen) yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ) secara bersama-sama, dimana:  $0 \leq R^2 \leq 1$ .

## 5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji signifikan parsial (uji t) dan simultan (uji f). Menurut Situmorang dan Lufti (2014) yaitu:

### a. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik t (uji t). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), Produk ( $X_3$ ) dan Harga ( $X_4$ ) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

- a.  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), Produk ( $X_3$ ) dan Harga ( $X_4$ ) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).
- b.  $H_a : b_1 \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), Produk ( $X_3$ ) dan Harga ( $X_4$ ) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.
- b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

Jika tingkat signifikansi dibawah 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**b. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)**

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik F (uji F). Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara serentak atau bersama-sama variabel bebas yaitu Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), Produk ( $X_3$ ) dan Harga ( $X_4$ ) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Perumusan hipotesisnya yaitu:

- a.  $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas (*independent variable*) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent variable*).
- b.  $H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel bebas (*independent variable*) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent variable*).

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.
- b) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

Jika tingkat signifikansi dibawah 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.