

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini ada 5 variabel yaitu variabel *exogenous* dan variabel *endogenous*, dimana variabel *exogenous* adalah faktor kebudayaan ( $X_1$ ), faktor sosial ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ), dan variabel *endogenous* adalah proses keputusan pembelian ( $Y$ ).

Metoda penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metoda survey yaitu suatu teknik pengumpulan dan analisis data berupa opini dari subjek yang diteliti secara tidak langsung (kuesioner).

#### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Menurut Kuncoro (2013:118) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi dalam suatu penelitian dibedakan antara populasi umum dan populasi sasaran. Populasi umum dalam penelitian ini adalah konsumen atau pemakai sepatu merek Vans. Sedangkan populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen dan pemakai sepatu Vans di *Outlet Mal Kota Kasablanka*.

##### **3.2.2. Sampel Penelitian**

Menurut Syofian (2016:145), sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Metoda pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiono (2017:81) *accidental sampling* yaitu metode pemilihan sampel, yang memberikan

peluang yang sama bagi setiap konsumen yang ditemui untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pertimbangan yang digunakan dalam sampel penelitian adalah konsumen atau pemakai sepatu Vans di *Outlet Mal Kota Kasablanka*.

Pada penelitian ini, karena populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti maka jumlah sampel yang dapat mewakili populasi sebanyak 97 konsumen. Jumlah responden tersebut dianggap sudah representatif untuk memperoleh data penulisan yang mencerminkan keadaan populasi. Konsumen yang telah membeli minimal 1 kali, mereka dapat dijadikan sebagai anggota sampel.

### **3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data**

Pengumpulan data di bedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Syofian (2016:128) data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan sedangkan data sekunder merupakan data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya.

Dalam penelitian ini metoda pengumpulan data menggunakan data sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui sebagai berikut:

#### **1. Studi kepustakaan**

Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

#### **2. Kuesioner**

Merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden dan memberikan pernyataan atau kuesioner beserta jawabannya yang berkaitan dengan variabel-variabel yaitu faktor kebudayaan ( $X_1$ ), faktor sosial ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), faktor psikologis ( $X_4$ ), dan keputusan pembelian ( $Y$ ).

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini untuk menilai sikap responden menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2017:93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang terjadi, dan juga jawaban dari setiap item-item instrumen mempunyai bobot nilai seperti berikut ini: (Pemberian Skor untuk jawaban Kuesioner)

**Tabel 3.1.** Skor Untuk Jawaban Kuisisioner

No	Pernyataan	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2017)

Variabel yang digunakan ada empat variabel *exogenous* dan *endogenous* yaitu faktor budaya ( $X_1$ ), faktor sosial ( $X_2$ ), faktor pribadi ( $X_3$ ), dan faktor psikologis ( $X_4$ ), serta proses keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai variabel *endogenous*. Variabel-variabel yang diukur menjadi indikator dan sub indikator, kemudian sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan ataupun pertanyaan seperti berikut ini:

**Tabel 3.2.** Indikator Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ )

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Faktor Budaya ( $X_1$ )	Budaya	Anda memiliki pandangan yang baik terhadap sepatu Vans	1
		Anda sudah biasa mendengar tentang sepatu Vans	2
		Anda sudah sering menggunakan sepatu Vans sebagai pilihan utama	3
	Subbudaya	Anda membeli sepatu Vans karena mengikuti perkembangan budaya saat ini	4

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Faktor Budaya (X <sub>1</sub> )	Subbudaya	Anda membeli sepatu Vans karena sesuai dengan kehidupan anda sebagai masyarakat modern	5
	Kelas Sosial	Menggunakan sepatu Vans dapat mencerminkan budaya di lingkungan Anda	6
		Anda membeli produk Vans dengan pertimbangan merek yang populer saat ini	7

Sumber: Setiadi (2015), Sangadji (2013)

**Tabel 3.3.** Indikator Variabel Faktor Sosial (X<sub>2</sub>)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Faktor Sosial (X <sub>2</sub> )	Kelompok referensi	Membeli sepatu Vans karena dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan Anda	1
	Keluarga	Anda membeli sepatu Vans karena kebiasaan menggunakan sepatu Vans di sekitar lingkungan anda saat ini	2
	Peran dan status	Anda membeli sepatu Vans karena dipengaruhi oleh peran dan status anda dalam masyarakat	3
	Keluarga	Anda membeli sepatu Vans karena kebiasaan menggunakan sepatu Vans di sekitar lingkungan anda saat ini	4

Sumber: Setiadi (2015), Sangadji (2013)

**Tabel 3.4.** Indikator Variabel Faktor Pribadi (X<sub>3</sub>)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Faktor Pribadi (X <sub>3</sub> )	Umur dan tahap siklus hidup	Anda membeli sepatu Vans karena sesuai dengan usia kebutuhan Anda	1
	Pekerjaan	Anda membeli sepatu Vans karena mencerminkan pekerjaan Anda	2
	Ekonomi	Anda membeli sepatu Vans karena sesuai dengan keadaan ekonomi Anda	3
	Gaya hidup	Anda membeli sepatu Vans karena mencerminkan gaya hidup Anda	4
	Kepribadian dan konsep diri	Anda membeli sepatu Vans karena mencerminkan kepribadian Anda	5
		Anda membeli sepatu Vans karena adanya rasa percaya diri ketika menggunakannya	6

Sumber: Setiadi (2015), Sangadji (2013)

**Tabel 3.5.** Indikator Variabel Faktor Psikologis (X<sub>4</sub>)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Faktor Psikologis (X <sub>4</sub> )	Motivasi	Anda termotivasi membeli sepatu Vans karena praktis dan mudah didapat	1
		Anda membeli sepatu Vans karena sudah menjadi prinsip gaya hidup Anda	2
	Persepsi	Anda membeli sepatu Vans karena adanya persepsi atas iklan produk sepatu Vans	3

Sumber: Setiadi (2015), Sangadji (2013)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Faktor Psikologis (X <sub>4</sub> )	Proses Belajar	Anda membeli sepatu Vans karena adanya pemahaman atas kualitas dan bahan produk	4
	Kepercayaan dan status	Anda membeli sepatu Vans karena adanya keyakinan terhadap ketahanan produk	5

Sumber: Setiadi (2015), Sangadji (2013)

**Tabel 3.6.** Indikator Variabel Proses Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Proses Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	Anda memutuskan membeli sepatu Vans karena terdorong keinginan dan kebutuhan membeli produk	1
		Anda memutuskan membeli sepatu Vans karena produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan Anda	2
	Pencarian Informasi	Anda mendapat informasi mengenai sepatu Vans dari iklan di media cetak maupun elektronik	3
		Anda mendapat informasi mengenai sepatu Vans dari keluarga atau teman dekat Anda	4
	Evaluasi Alternatif	Sepatu Vans sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan sepatu Anda	5
	Keputusan Pembelian	Anda membutuhkan waktu yang relative singkat untuk memutuskan membeli sepatu Vans	6
		Anda akan membeli sepatu Vans lagi jika membutuhkan	7
	Perilaku Pasca Pembelian	Anda merasa puas memilih Outlet Vans di Kota Kasablanka sebagai tempat membeli kebutuhan sepatu Anda	8
		Anda berniat berkunjung kembali ke Outlet Vans di Mal Kota Kasablanka	9

Sumber: Setiadi (2015), Sangadji (2013)

### 3.5. Metoda Analisis Data

#### 3.5.1. Uji Validitas

Menurut Juliansyah Noor (2014), bahwa uji validitas bertujuan untuk melihat kelayakan butir-butir pernyataan kuesioner dalam mendefinisikan suatu variabel dan daftar pernyataan pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Jika  $r_{\text{tabel}} \leq r_{\text{hitung}}$  maka butir soal disebut valid.

Adapun data yang diperlukan dalam rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (N\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan =

X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item

N = banyaknya responden

Koefisien validitas harus berada diatas koefisien yang terdapat dalam tabel yakni  $r_{\text{tabel}} = 0,30$ , maka dianggap valid dan sehingga akan lebih dapat diterima, namun apabila koefisien validitas  $r_{\text{tabel}}$  kurang dari 0,30, dianggap tidak valid atau tidak dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dianggap valid jika nilai  $r_{xy} > 0,30$  dan dianggap tidak valid jika nilai  $r_{xy} < 0,30$ .

#### 3.5.2. Uji Realibilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,7 atau lebih (Ghozali, 2011:47-48).

### **3.5.3. Metoda Pengolahan Data**

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25.0. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengolah data statistik dengan lebih cepat dan tepat. Sedangkan penyajian data berupa tabel dan grafik agar data mudah dibaca dan dipahami.

### **3.5.4. Metoda Penyajian Data**

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisis data yang disajikan.

### **3.5.5. Analisis Statistik Data**

Agar data yang telah dikumpulkan bermanfaat, maka data akan dianalisis terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

#### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah analisis untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian tentang berbagai gejala atau peristiwa yang dapat diuraikan dengan kalimat. Bagian analisis ini akan membahas mengenai hasil skor jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.

Berdasarkan hasil sebaran hasil dari jawaban akan diperoleh satu kecenderungan atas jawaban dari responden tersebut. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, dan selanjutnya akan dikategorikan sebagai nilai skor jawaban responden yang terkait hasil penilaian responden atas variabel-variabel dalam penelitian ini.

#### **2. Analisis Kuantitatif**

##### **a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2014: 83), Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara dua variabel atau lebih. Semakin besar  $R^2$ , maka semakin besar pengaruh variabel

terikat terhadap variabel bebas. Koefisien determinasi ( $R^2$ ), mempunyai jangkauan antara 0 dan 1, semakin mendekati 1, semakin besar proporsi variabel bebas tersebut menjelaskan variabel terikat. Kemampuan untuk menjelaskan variabel bebas (X) yang terjadi pada variabel terikat (Y) ditunjukkan pada besarnya koefisien determinasi atau  $R^2$ .

#### 1. Koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh variabel bebas tertentu terhadap perubahan variabel terikat.

a. Koefisien determinasi parsial  $X_1$  terhadap Y dengan rumus:

$$KD_{Y1.234} = (r_{Y1.234})^2 \times 100\%$$

b. Koefisien determinasi parsial  $X_2$  terhadap Y dengan rumus:

$$KD_{Y2.134} = (r_{Y2.134})^2 \times 100\%$$

c. Koefisien determinasi parsial  $X_3$  terhadap Y dengan rumus:

$$KD_{Y3.124} = (r_{Y3.124})^2 \times 100\%$$

d. Koefisien determinasi parsial  $X_4$  terhadap Y dengan rumus:

$$KD_{Y4.123} = (r_{Y4.123})^2 \times 100\%$$

#### 2. Koefisien determinasi berganda

Koefisien determinasi berganda berfungsi untuk menggambarkan besarnya pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini. Koefisien determinasi tersebut diketahui dengan rumus sebagai berikut:

$$KD_{1234} = (r_{Y1234})^2 \times 100\%$$

### 3.5.6. Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi, untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas yang dilakukan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel terikat secara parsial maupun simultan.