

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Agar mendapat hasil penelitian yang baik dan dapat di pertanggungjawabkan, maka di perlukan metodologi penelitian yang berhubungan dengan objek yang diteliti, subjek yang diteliti, tempat dimana penelitian dilaksanakan, cara penelitian yang akan dilakukan serta analisis data yang bisa digunakan sehingga bisa menyelesaikan masalah yang ada di penelitian ini. Oleh sebab itu, pada bab ini akan di jelaskan objek, metode penelitian, operasionalisasi variable, populasi, sample dan analisis data yang dapat digunakan sehingga akan didapatkan hasil yang relevan dari proses penelitian yang akan dilakukan pada penelitian.

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menguji bagaimana pengaruh norma subjektif dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslim penelitian ini akan meneliti tiga variabel yaitu dua variabel bebas (*independent variable*) dan juga satu variabel terikat (*dependen variable*). Variabel bebas “X” yang akan diteliti oleh peneliti yaitu norma subyektif dan gaya hidup. Norma subyektif terdiri dari 2 indikator yaitu Normative belief dan Motivasi sedangkan gaya hidup terdiri dari indikator kegiatan, minat dan opini. Sedangkan variabel terkait “Y” pada penelitian ini adalah keputusan pembelian yang terdiri dari 6 indikator yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan jumlah pembelian, penentuan waktu pembelian dan penentuan metode pembayaran. Responden yang akan diambil dalam penelitian ini adalah konsumen Zoya balubur town square, dan periode penelitian ini adalah kurang dari satu tahun.

Berdasarkan objek penelitian yang dijelaskan diatas, maka akan dianalisis mengenai gambaran umum mengenai pengaruh norma subjektif dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian busana muslim pada konsumen Zoya Balubur town square dan Berapa besar pengaruh norma subjektif dan gaya hidup pada keputusan pembelian busana muslim pada konsumen zoya balubur town square.

3.2 Metode Penelitian dan Design Penelitian

Terdapat metode penelitian serta design penelitian yang sudah dikaji dari berbagai sumber yang ada kemudian digunakan untuk penelitian. Metode dan desain penelitian ini harus berkaitan erat sehingga beberapa hal yang diperlukan dalam penelitian ini bisa tersusun rapih dan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

1.2.1 Metode Penelitian

Pada dasarnya metode penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti dalam mencapai pendekatan yang dituju dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono 2014, hlm.270). Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2014, hlm.18) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri. Baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan gambaran variabel penelitian dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi dan presentase. Melalui jenis penelitian deskriptif ini dapat diperoleh: 1) gambaran umum mengenai norma subjektif menggunakan busana muslim pada konsumen Zoya balubur town square 2) gambaran umum mengenai gaya hidup menggunakan busana muslim pada konsumen Zoya balubur town square.

Sedangkan metode verifikatif adalah metode untuk menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan (Sugiyono 2014, hlm.270). Melalui penelitian verifikatif maka dapat diperoleh: 1). Berapa besar pengaruh norma subjektif pada keputusan pembelian busana muslim pada konsumen Zoya balubur town square, 2) Berapa besar pengaruh gaya hidup pada keputusan pembelian busana muslim pada konsumen Zoya balubur town square 3). Berapa besar pengaruh norma subjektif dan gaya hidup pada keputusan pembelian busana muslim pada konsumen Zoya balubur town square.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu metode deskriptif dan verifikatif maka metode yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *Explanatory Survey*. Menurut Sugiyono (2014, hlm.271), yang menyebutkan bahwa metode survey

digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, wawancara dan sebagainya. Metode *Explanatory survey* adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil tapi data yang dipelajari merupakan data dari sampel tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif hubungan-hubungan antar variabel.”

1.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Arikunto (2010, hlm.90) adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan di laksanakan. Desain penelitian merupakan perencanaan mengenai penelitian yang akan dijalankan yang merupakan pedoman dari saat memulai penelitian sampai dengan menyimpulkan penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel yaitu Norma Subyektif dan Lifestyle sebagai variabel bebas atau *independent variable* dan keputusan pembelian yang merupakan variabel terikat atau *dependent variable*.

1.3 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Norma Subyektif (X_1) Perilaku yang dapat mempengaruhi individu untuk bertindak, oleh orang lain ataupun karena motivasi. Schiffman dan Kanuk (2008, hlm.229)	Normative Belief	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Peran media sosial dalam penggunaan busana muslim zoya. 	Interval	1
		<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Peran keluarga dalam penggunaan busana muslim zoya. 		2
		<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Peran teman dalam penggunaan busana muslim zoya 		3
	Motivasi	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Peran motivasi keluarga dalam memutuskan membeli busana muslim zoya 	Interval	5
<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Peran motivasi teman dalam memutuskan membeli busana muslim zoya 		6		
<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Keinginan dari diri sendiri dalam membeli busana muslim zoya. 		7		

Variabel/Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Lifestyle (X₂) Pola hidup seseorang di dunia yang tercermin pada kegiatan, minat dan pendapat sehari-harinya Kotler dan Keller (2012, hlm.175)	Activities	• Tingkat kesesuaian penggunaan busana muslim zoya dalam pekerjaan.	Interval	8
		• Tingkat kesesuaian penggunaan busana muslim zoya dalam sehari – hari.		9
	Interest	• Tingkat ketertarikan menggunakan busana muslim zoya sesuai trend.	Interval	10
		• Tingkat ketertarikan menggunakan busana muslim zoya sesuai design.		11
	Opinion	• Tingkat menggunakan busana muslim zoya karena budaya masa kini.	Interval	12
		• Tingkat menggunakan busana muslim zoya karena rasa suka.		13
Keputusan Pembelian (Y) tahap evaluasi bagi konsumen untuk membentuk pilihan di beberapa merek yang ada dan membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai Kotler & Keller (2012, hlm.168)	Brand	• Tingkat pemilihan busana muslim zoya sesuai citra mereknya.	Interval	14
		• Tingkat kepercayaan terhadap busana muslim zoya		15
		• Tingkat popularitas busana muslim zoya		16
	Design	• Tingkat pemilihan busana muslim zoya karena design produknya.	Interval	17
		• Tingkat pemilihan busana muslim zoya karena warnanya.		18
	Comfort	• Tingkat pemilihan busana muslim zoya karena kenyamanan bahannya	Interval	19
		• Tingkat pemilihan busana muslim zoya karena ukurannya.		20
	Price	• Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas busana muslim zoya.	Interval	21
• Tingkat kesesuaian harga busana muslim zoya dengan pesaingnya.		22		

1.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan penelitian, dari sebuah data yang diperoleh akan ditarik kesimpulan yang merupakan hasil dari interpretasi. Kejelasan sebuah data yang diperoleh sangatlah penting agar sebuah penelitian dapat dipertanggung jawabkan. Gambaran mengenai hal tersebut akan dijelaskan pada sub bab ini. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan informasi mengenai jenis dan sumber data serta bagaimana teknik pengumpulan data tersebut.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu sumber data primer dan sekunder. Menurut Suharsimi Arikunto (2010, hlm.172), sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data bisa diperoleh dari sumber internal perusahaan maupun dari eksternal perusahaan..

Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari wawancara dan pengisian kuisioner yang ditujukan kepada konsumen Zoya balubur town square. Sumber data primer menurut Malhotra (2010, hlm.73) adalah data yang berasal langsung dari peneliti dengan tujuan khusus untuk digunakan permasalahan dalam penelitian tersebut..

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, buku dan website internet untuk kepentingan penelitian. Sumber data sekunder menurut Aaker et al (2011, hlm.93) adalah data yang telah dikumpulkan untuk berbagai tujuan selain permasalahan yang sedang dihadapi. Data sekunder telah ada sebelum melakukan penelitian. Berikut ini adalah jenis dan sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Sumber Data

No	Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
1	Komoditi utama ekspor Indonesia	Sekunder	Kemendag.go.id
2	Sektor ekonomi kreatif	Sekunder	Bps.go.id
3	Top Brand Busana Muslim	Sekunder	Topbrand-award.com
4	Alasan menggunakan menggunakan busana muslim	Primer	Pra penelitian
5	Penjualan Busana Muslim Zoya di Balubur town square	Primer	Bagian Pemasaran Zoya BALTOS
6	Data pemakai busana muslim	Sekunder	Open Survey. Jajak pendapat

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara sistematis dan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan mengenai fenomena dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- **Studi Kepustakaan**
Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari setiap hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal yang dipelajari untuk penelitian ini bisa didapatkan dari buku, ataupun internet yang dapat membantu memberi informasi dalam pemahaman, konsep maupun teori yang berkaitan dengan Norma subyektif, gaya hidup dan keputusan Pembelian.
- **Wawancara**
Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan narasumber dengan mengajukan pertanyaan seputar desain norma subyektif, gaya hidup dan keputusan pembelian. Narasumber dalam penelitian ini konsumen Zoya balubur town square.
- **Kuisisioner**
Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada setiap responden yang merupakan konsumen Zoya balubur town square mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai norma subyektif, gaya hidup dan keputusan pembelian.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Pada bagian ini penuliskan akan menjelaskan tentang populasi yang akan diteliti dan berapa banyak jumlah sampel yang diperlukan serta bagaimana teknik penarikan sampel yang dilakukan pada penelitian ini.

3.5.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011,

hlm.80).Dalam penelitian ini populasi sasarannya adalah konsumen zoya balubur town square sekitar 965, Maka Populasi dalam penelitian ini adalah 100konsumen zoya balubur town square Bandung (data hasil wawancara dengan staff marketing, 2016).

Menurut Arikunto (2010, hlm.174) Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat karakteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak.

Untuk penarikan jumlah sampel penelitian, dihitung dengan rumus *slovin* yang berasal dari buku metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian (Simamora,2004 , hlm.37) :

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

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
 e^2 : Presisi yang ditetapkan 0,01
 N : Jumlah populasi

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{965}{1 + 965 \cdot 0,01} = \frac{965}{10,65} = 90,6 \approx 90 \text{ orang.}$$

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 90 responden dari rata – rata 965 konsumen zoya di balubur town square, untuk mencegah kesalahan dalam pengisian questioner dan mempermudah perhitungan maka dilakukan pembulatan menjadi 100 responden.

3.5.2 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*. Teknik *non probability sampling* menurut Sugiyono (2011, hlm.66) yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena seperti diungkapkan dalam Sugiyono (2011, hlm.68) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampel yang dijadikan responden dengan sengaja dipilih sesuai karakteristik yang telah ditentukan dengan mencerminkan populasinya.

Alasan mengambil *purposive sampling* karena kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dimana kriteria untuk sampel pada penelitian ini diantara lain adalah:

- Pernah membeli Produk busana muslim Zoya
- Membeli Produk busana muslim
- Jenis Kelamin Perempuan

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Untuk bisa mendapatkan data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian, maka diperlukan instrumen yang tepat agar data yang terkumpul sesuai dengan yang diharapkan. Dalam pengumpulan data sebuah penelitian, sering terjadi instrumen bertindak sebagai alat evaluasi.

Instrumen penelitian yang telah disusun kemudian diuji cobakan kepada responden yang berada diluar sampel penelitian untuk mendapatkan gambaran validitas dan reliabilitas instrumen.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh *Pearson* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Arikunto, 2010, hlm.213})$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam jumlah Y

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas adalah menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Secara teknis pengujian instrument dengan rumus diatas menggunakan software SPSS 22.0 for windows. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan tabel berikut

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Besarnya nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Sedang
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Tidak berkorelasi

Sumber: Arikunto (2010, hlm.319)

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dengan $n = 30 - 2 = 28$ didapat r_{tabel} sebesar 0,374. Uji validitas instrumen penelitian untuk variabel Norma subjektif, Gaya hidup dan Keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Variabel X1 (Norma Subyektif)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	Peran media sosial dalam penggunaan busana muslim zoya.	0,773	0,374	Valid
2.	Peran keluarga dalam menggunakan busana muslim zoya.	0,793	0,374	Valid
3.	Tingkat keyakinan menggunakan busana muslim zoya karena saran dari teman.	0,729	0,374	Valid
4.	Motivasi dari keluarga dalam memakai busana muslim zoya.	0,873	0,374	Valid
5.	Motivasi dari teman untuk memakai busana muslim zoya.	0,835	0,374	Valid
6.	Keinginan diri sendiri untuk memakai busana muslim zoya	0,835	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 dengan IBM SPSS Statistic 22.0

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan variable x1 (Norma Subyektif) pada kuisisioner yang berjumlah 6 buah dinyatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r hitung \geq dari r tabel. Maka dari itu, setiap item pertanyaan yang ada pada tabel 3.4 tersebut dapat dinyatakan sebagai alat ukur variabel yang akan diteliti.

Tabel 3.5
Variabel X2 (Gaya Hidup)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	Kesesuaian busana muslim yang digunakan saat bekerja	0,714	0,374	Valid
2.	Kesesuaian busana muslim yang digunakan saat beraktivitas sehari - hari	0,716	0,374	Valid
3.	Tertarik menggunakan busana muslim zoya karena sesuai dengan trend	0,921	0,374	Valid
4.	Tertarik menggunakan busana muslim zoya karena designnya	0,890	0,374	Valid
5.	Tingkat pemilihan busana muslim zoya karena budaya	0,896	0,374	Valid
6.	Tingkat penggunaan busana muslim zoya karena rasa suka	0,914	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 dengan IBM SPSS Statistic 22.0

Berdasarkan Tabel 3.5 dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan variable x2 (Gaya Hidup) pada kuisisioner yang berjumlah 6 buah dinyatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r hitung \geq dari r tabel. Maka dari itu, setiap item pertanyaan yang ada pada tabel 3.5 tersebut dapat dinyatakan sebagai alat ukur variabel yang akan diteliti.

Tabel 3.6
Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	Tingkat memilih busana muslim zoya karena citra mereknya.	0,818	0,374	Valid
2.	Tingkat kepercayaan busana muslim zoya	0,871	0,374	Valid
3.	Tingkat popularitas busana muslim zoya	0,929	0,374	Valid
4.	Tingkat memilih busana muslim zoya karena design produknya.	0,969	0,374	Valid
5.	Tingkat pemilihan busana muslim zoya karena warnanya.	0,950	0,374	Valid
6.	Tingkat pemilihan busana muslim zoya karena kenyamanan bahannya.	0,908	0,374	Valid
7.	Tingkat pemilihan busana muslim zoya karena ukurannya.	0,936	0,374	Valid
8.	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas busana muslim zoya.	0,869	0,374	Valid
9.	Tingkat kesesuaian harga busana muslim zoya dengan pesaingnya	0,829	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 dengan IBM SPSS Statistic 22.0

Berdasarkan Tabel 3.6 dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan variable y (Keputusan Pembelian) pada kuisisioner yang berjumlah 9 buah dinyatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r hitung \geq dari r tabel. Maka dari itu, setiap item pertanyaan yang ada pada tabel 3.6 tersebut dapat dinyatakan sebagai alat ukur variabel yang akan diteliti.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan tahap uji validitas kuisisioner maka penguji melakukan pengujian ke tahap selanjutnya yaitu uji reabilitas. Suharsimi Arikunto (2010, hlm.221) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Uji reliabilitas digunakan

apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Suharsimi Arikunto (2010.hlm,239) menyatakan bahwa uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan, instrumen yang sudah reliable atau sudah benar akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Untuk menguji tingkat realibilitas, dalam penelitian ini digunakan rumus *Cronbach Alpha's*, degan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2010, hlm.239})$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Varians total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Memberikan nomor pada angket yang masuk
 - b. Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 7 Skala semantic differential
 - c. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
 - d. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden

- e. Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya.
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum \sigma_b^2$, Jumlah varians item dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian dijumlahkan Sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:239)

Keterangan:

σ^2 = Varians

$\sum X^2$ = Jumlah skor

$(\sum X)^2$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden

3. Ketentuan uji reabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:
- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
 - Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Untuk secara teknis pengujian instrument dengan rumus-rumus yang ada diatas, menggunakan fasilitas *software SPSS 22.0 for windows* dengan hasil yang tercantum pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel X1 (Norma Subyektif), Variabel X2 (Gaya Hidup) dan Variabel Y
(Keputusan Pembelian)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	Norma Subyektif.	0,891	0,700	Reliabel
2.	Gaya Hidup.	0,918	0,700	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian.	0,961	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016 dengan IBM SPSS Statistics 22.0

Berdasarkan Tabel 3.7 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas variabel X1, X2 dan Y adalah reliabel. Berdasarkan hasil pengujian instrument, dapat didapat hasil bahwa instrument dinyatakan valid dan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat dilanjutkan dan tidak ada sesuatu hal yang dapat menjadi kendala terjadinya kegagalan penelitian dikarenakan instrument penelitian yang belum teruji tingkat kevalidan dan kereliabilitasnya.

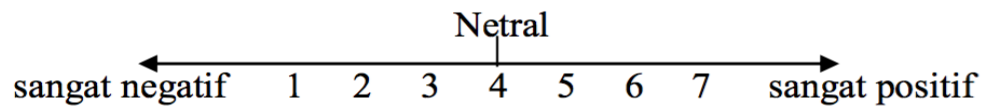
3.7 Rancangan Analisis Data

Data yang telah terkumpul dari responden kemudian harus dilakukan pengolahan dan penafsiran data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat pengaruh antara variabel X₁ norma subyektif, X₂ gaya hidup dan variabel Y keputusan pembelian. Menurut Arikunto (2010, hlm.278) secara garis besar, analisis data meliputi tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian sebagai berikut:

- *Editing* (pengeditan) adalah proses memeriksa angket yang telah terkumpul kembali setelah di isi responden untuk meminimalisir kemungkinan kekeliruan dalam pengisian kuesioner yang tidak lengkap atau tidak konsisten.
- *Coding* (pemberian kode) yaitu pembobotan pada setiap pilihan atau item instrument berdasarkan pada nilai positif dari yang tertinggi sampe yang terendah. Pemberian bobot pada setiap instrument atau pertanyaan menggunakan skala interval dengan menggunakan metode *semantic defferensial* atau skala perbedaan semantik.

Simamora (2004, hlm.201) menjelaskan bahwa semantik defferensial menunjukan skala yang saling bertentangan. Menurut sugiyono (2012, hlm.97) menjelaskan bahwa data yang diperoleh adalah data interval yang biasanya digunakan untuk mengukur karakteristik atau sikap tertentu yang dimiliki seseorang. Semantik differensial digunakan karena skala ini telah memenuhi syarat dari penggunaan analisis data regresi linear berganda yakni menggunakan data interval. Setiap instrumen yang menggunakan skala

semantik differensial mempunyai gradasi dari yang paling negatif sampai yang paling positif yang berupa angka-angka yang diberi nilai beruntut dari 7-1 seperti berikut:



Sumber: bilson simamora (2004, hlm.202)

Gambar 3.1

Skala Semantik differensial

Adapun batas penelitiannya yaitu:

Tabel 3.8
Tabel Batasan Penelitian

Skala	Keterangan
7	Sangat Positif
6	
5	
4	
3	
2	
1	Sangat negatif

- *Tabulating* (tabulasi) yaitu kumpulan hasil skoring yang dituangkan dalam bentuk tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item setiap variable. Adapun tabel rekapitulasinya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.9
Rekapitulasi Pengolahan Data

Responden	Skor Item					Total
	1	2	3	4	n	
1						
2						
3						
n						

Sumber : Arikunto (2010, hlm.278)

3.7.1 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data sendiri merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data dalam rangka pengujian hipotesis. Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif dan teknik analisis data verifikatif, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

3.7.1.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data deskriptif menurut Sugiyono (2012, hlm. 147) merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan.

Teknik analisis ini digunakan untuk menggambarkan skor serta kedudukan variabel X dan variabel Y. Berikut langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menggambarkan skor serta kedudukan variabel X dan Y sebagai berikut:

- a. Menentukan jumlah skor kriterium (SK), dengan menggunakan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK	=	Skor kriterium
ST	=	Skor tertinggi
JB	=	Jumlah bulir
JR	=	Jumlah responden

- b. Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner digunakan rumus :

$$\sum x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Keterangan:

x_i	=	Jumlah skor hasil kuesioner variabel X atau Y
$x_1 + x_2$	=	Jumlah skor kuesioner masing masing responden

c. Membuat daerah kategori kontinum, dilakukan untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan dari responden maka peneliti membagi daerah kategori menjadi tiga tingkatan yaitu rendah, sedang dan tinggi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a) Kontinum tinggi, dihitung dengan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

b) Kontinum sedang, dihitung dengan rumus:

$$SK = SS \times JB \times JR$$

c) Kontinum rendah, dihitung dengan rumus:

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SS = Skor sedang

SR = Skor terendah

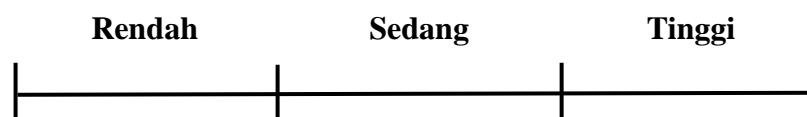
JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

d. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan, dengan rumus :

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{3}$$

e. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk setiap variabel, seperti gambar berikut.



Sumber: Sugiyono, 2012, hlm. 147

Gambar 3.2
Garis Kontinum Variabel X dan Y

3.7.1.1 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji nilai hipotesis satu variabel. Pada penelitian ini variabel yang akan diteliti terdiri dari tiga variabel yaitu X_1, X_2 , dan Y , sehingga teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis korelasi dan regresi linier berganda. Berikut langkah-langkah dalam melakukan analisis verifikatif.

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik atau uji residual adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda agar data yang dihasilkan dapat bermanfaat. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Uji Normalitas Data

Analisis regresi berganda mensyaratkan bahwa populasi residual berdistribusi normal. Distribusi normal sendiri menurut Gudono (2015, hlm. 159) adalah distribusi yang bentuknya mengikuti fungsi Gauss, dalam arti berbentuk seperti lonceng (bel) dan simetris dengan rincian sebagai berikut:

- a) 68 % nilai *standardized residuals* terletak antara -1 dan +1
- b) 98% nilai *standardized residuals* terletak antara -2 dan +2
- c) 99% nilai *standardized residuals* terletak antara -3 dan +3

Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-P Plot, uji Chi Square, skewnes dan Kurtosis atau uji *Kolmogorov-Smirnov*. Bila residual berdistribusi normal, maka sebarannya akan terlihat acak dan apabila digambarkan dalam uji normal P-P Plot akan terlihat titik-titik grafik plot tersebut relatif berhimpitan dengan sumbu diagonal. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan uji normalitas dengan histogram serta dengan uji normalitas P-P Plot.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu uji untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi

linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu atau H_0 pengujian koefisien akan gagal menolak H_0 walaupun peran variabel tersebut penting

Uji multikolinearitas dapat diketahui jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,1, maka model dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas, jika nilai korelasi lebih dari 0,1 berarti terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas. Cara untuk menguji adanya multikolenieritas adalah dengan menghitung *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*.

Pada penelitian ini penulis melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan menggunakan program komputer *IBM SPSS for windows ver. 17*, jika nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi atau disebut juga korelasi serial, uji ini berguna untuk mengetahui apakah data dalam sebuah model regresi linear terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Jika terjadi korelasi, maka hal tersebut dinamakan adanya permasalahan autokorelasi. Namun, Korealsi serial tidak akan berakibat pada konsistensi koefisien regresi tetapi standar error yang diperoleh dari garis regresi (seolah-oleh) lebih rendah dari standar error yang sesungguhnya, akibatnya koefisien regresi menjadi lebih signifikan dari pada yang sesungguhnya (Gudono, 2015, hlm. 157).

Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi maka menggunakan uji Durbin-Watson, berikut syarat terjadinya autokorelasi:

- Jika nilai DW dibawah 0 - 1,5 berarti ada autokorelasi positif.
- Jika nilai DW diantara 1,5 - 2,5 berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika nilai DW dibawah 2,5 - 4 berarti ada autokorelasi negatif.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Konsekuensi dari adanya gejala heteroskedastis adalah penaksiran yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel besar maupun kecil walaupun penaksiran yang diperoleh menggambarkan populasinya atau tidak.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Gudono, 2015, hlm. 153).

b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah teknik untuk menentukan sampai sejauh mana hubungan antara dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Penentuan koefisien korelasi dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi Pearson menurut Sugiyono (2012, hlm. 183) dideskripsikan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{N\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{N\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Koefisien korelasi menunjukkan derajat korelasi antara variabel X dan variabel Y. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas: $-1 < r < +1$. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif atau korelasi langsung antara kedua variabel. Setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai-nilai Y, dan setiap penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan nilai-nilai Y.

- a) Jika nilai $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif.

- b) Jika nilai $r = -1$ atau mendekati -1 , maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan negatif.
- c) Jika nilai $r = 0$ atau mendekati 0 , maka tidak ada korelasi antara kedua atau sangat lemah.

Untuk mendapatkan penjelasan terhadap koefisien korelasi yang diteliti, maka dapat berpedoman kepada tabel berikut:

Tabel 3.10
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2012, hlm. 184)

c. Koefisien Determinasi

X dikatakan mempengaruhi Y jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun dan dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi ini memiliki asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$, nilai r^2 yang rendah menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam

menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Semakin besar atau mendekati 1 (satu), maka mengindikasikan variabel independen semakin mampu menjelaskan variabel dependennya.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Pada umumnya uji regresi bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Penelitian ini menggunakan jenis uji regresi berganda karena memiliki lebih dari satu variabel independen yang mempengaruhi variabel dependennya. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 192) mendeskripsikan regresi berganda dengan 2 sub variabel sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y	= variabel dependen (keputusan pembelian)
X ₁	= sub variabel independen (norma subyektif)
X ₂	= sub variabel independen (Gaya hidup)
a	= harga Y apabila X= 0 (harga konstan)
b ₁ , b ₂ ,	= koefisien regresi

Uji regresi ini dapat dilakukan jika telah memenuhi asumsi-asumsi yang berlaku dalam regresi berganda, asumsi tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Terdapat hubungan yang linier (terdapat hubungan garis lurus antara variabel terikat dan sekelompok variabel bebas)
2. Variabel-variabel independennya tidak boleh berkorelasi. Pada umumnya jumlah variabel independen berkisar antara dua sampai empat variabel. Walaupun secara teoritis dapat digunakan banyak variabel bebas, namun penggunaan lebih dari tujuh variabel bebas dianggap tidak efektif.
3. Memenuhi asumsi klasik.

3.7.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis menurut Sugiyono, (2012, hlm. 184) adalah langkah terakhir dari analisis data dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang

cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan penerimaan atau penolakan dari hipotesis yaitu uji signifikan koefisien korelasi (uji t-statisti) untuk menguji hipotesis parsial yang tersirat dari hipotesis penelitian. Maka dalam penelitian ini akan dianalisis hubungan antara Norma subyektif (X_1), Gaya hidup (X_2), dan keputusan pembelian yang pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yang telah dirumuskan.

Untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y secara parsial digunakan uji t. Uji hipotesis penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , rumus t hitung dapat dilihat dalam persamaan berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi statistik dengan derajat kebebasan (dk) = n-3

r = Koefisien korelasi product moment

n = Banyaknya data/sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari dulu nilai dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$ atau sebesar $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta uji. Dapat disimpulkan bahwa kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- b. Jika $t_{hitung} \leq \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Pengujian secara simultan dengan uji F

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

Keterangan :

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_1 ditolak

Berdasarkan taraf signifikan 0,01 dengan derajat kebebasan $(dk)=(n-k-1)$.

Maka dengan diketahuinya kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis tersebut, dapat dirumuskan secara statistik hipotesis yang dapat diuji dalam penelitian ini. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Section 1.01 Hipotesis 1

H_0 : $r = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel X_1 (Norma subyektif) dan variabel Y (keputusan pembelian)

H_1 : $r \neq 0$, Terdapat pengaruh yang positif antara X_1 (Norma subyektif) dan variabel Y (keputusan pembelian)

Section 1.02 Hipotesis 2

H_0 : $r = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel X_2 (Gaya hidup) dan variabel Y (keputusan pembelian)

H_1 : $r \neq 0$, Terdapat pengaruh yang positif antara X_2 (Gaya hidup) dan variabel Y (keputusan pembelian).