BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengaruh gaya hidup (X1) dan harga (X2) serta keputusan pembelian (Y).penelitian ini dilakukan di PT. Global Teleshop di bandung dan yang menjadi unit analisis penelitian ini adalah konsumen ataupun calon konsumen produk tenda di PT. Global Teleshop Indonesia.

Menurut Husein Umar (2003:303) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah " Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dana kapan penelitian akan dilakukan. Biasa juga ditambah hal-hal lain jika dianggap perlu".

Penelitian ini akan membahas apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari penetapan gaya hidup (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) yang dilakukan oleh PT. Global Teleshop Indonesia.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Umi narimawati (2008:127) metode penelitian adalah merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatka data untuk mencapai tujuan tertentu.

Metode Penelitian ini menggunakan dua macam penelitian yaitu deksriptif dan verifikatif adapun pengertian menurut beberapa para ahli :

1. Penelitian Deskriptif

Menurut Sugiyono (2005:21) “penelitian deskripif adalah jenis penelitian yang mengambarkan apa yang di lakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data”. Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan,dalam penelitian deskriptif digunakan untuk mengambarkan mengenai faktor individu dan pengambilan keputusan.

2. Penelitian Verifikatif

Menurut Sugiyono (2005:21) menjelaskan bahwa “Penelitian Verifikatif pada dasarnya untuk menguji teori dengan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengunakan perhitungan statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang di teliti”.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini , perlu dibuat desain penelitian yang bertujuan agar data dan informasi yang diperoleh lengkap dan akurat. Selain itu dalam melakukan suatu penelitian sangat diperlukan perencanaan dan perancangan penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis sesuai dengan yang diharapkan penulis.

Menurut Moh. Nazir dalam buku Metode Penelitian (2005:84) bahwa : **“**Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.” Sedangkan menurut Sugiyono (2006:18), menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sumber masalah

2. Rumusan masalah

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

4. Pengajuan hipótesis

5. Metode penelitian

6. Menyusun instrumen penelitian

7. kesimpulan

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Operasional variable dimaksudkan untuk memperjelas variable-variabel yang diteliti beserta pengukurannya. Dalam melakukan penelitian ini penulis menetapkan tiga variabel seperti yang tertulis dalam judul penelitian, yaitu :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Menurut Sugiyono (2006:33) Variable bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahanya atau timbulnya variable dependent (terikat). Dalam penellitian ini yang menjadi variabel bebas ada dua variabel adalah penetapan harga(X1) dan kualitas produk(X2).

2. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Menurut Sugiyono (2006:33) variable terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependent (terikat) adalah keputusan pembelian(Y). Pengertian dari Operasionalisasi variabel menurut Husein Umar

(2002:33) adalah :"Penentuan suatu *construct* sehingga menjadi variabel atau variabel-variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam megoperasionalisasi *construct* sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi (pengulangan) pengukuran dengan cara yang sama, atau mencoba untuk mengembangkan cara *construct* yang lebih baik."

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	SUMBER
Gaya Hidup (X1)	Menurut Kotler (2009:210) "Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya ."	**-Aktivities (kegiatan)** **-Interest (minat)** **-Opinion (opini)**	-Tingkat Aktivitas -Tingkat Minat -Tingkat kesukaan	Ordinal	Konsumen
Harga (X2)	Harga akan menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi konsumen dalam memutuskan	**-Keterjangkauan harga** **-Kesesuaian harga dengan kualitas**	-Tingkat harga yang diberikan - Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas	Ordinal	Konsumen

	pembeliannya, konsumen akan membandingkan harga dari produk pilihan mereka dan kemudian mengevaluasi apakah harga tersebut sesuai atau tidak dengan nilai produk serta jumlah uang yang harus dikeluarkan. Secara tradisional haga telah diperlakukan sebagai penentu utama pilihan pembeli (Kotler dan Keller, 2007:79).	**produk** **-Daya saing harga** **-Kesesuaian harga dengan manfaat**	produk -Tingkat harga yang diberikan di banding toko lain -Tingkat kesesuaian dengan manfaat		
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut assael yang dikutip oleh sutisna (2002:15) keputusan pembelian adalah "Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan".	**-Pengenalan Kebutuhan** **-Pencarian Informasi** **-Evaluasi Alternative** **-Keputusan Pembelian**	-Tingkat pengenalan Kebutuhan -Tingkat pencarian Informasi -Tingkat evaluasi Alternative -Tingkat konsumen yang melakukan Pembelian -Tingkat Setelah Pembelian	Ordinal	Konsumen

		-Perilaku setelah pembelian			

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder.

1. Data primer

   Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:171) data primer adalah:

   > sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Sumber penelitian primer diperoleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu mauapun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Yang digunakan daam pengumpulan data primer yaitu: metode survei (wawancara dan kuesioner).

   Data primer dalam penelitian dari variabel "pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian" diperoleh dari penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

   Data sekunder menurut Sugiyono (2012:193**)** adalah "sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data".

   Data sekunder ini berfungsi sebagai pelangkap data primer. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam

arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan (Sangadji dan Sopiah, 2010:172).

Dalam penelitian ini digunakan kombinasi teknik pengumpulan data yang terdiri dari:

- Wawancara: Manager Pemasaran Toko Global Teleshop
- Kuesioner, digunakan untuk mengumpulkan data dari para Konsumen Toko Global Teleshop

  Observasi, dilakukan terhadap sumber data sesuai dengan unit observasi/analisis yang telah disebutkan.
- Dokumentasi, dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai distributor lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, yang dalam hal ini adalah gaya hidup, harga dan keputusan pembelian.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Adapun Teknik Penentuan data terbagi menjadi dua, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

3.2.3.3 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115) “populasi merupakan wilyah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”.

Dalam penelitian ini sasaran populasi yang akan dipilih adalah konsumen yang Membeli Blackberry Z10 di Global Teleshop selama enam bulan sebanyak 516 konsumen.

3.2.3.4 Sampel

Untuk membuktikan kebenaran jawaban yang masih sementara (Hipotesis),maka peneliti melakukan pengumpulan data pada objek tertentu. Karena objek dalam populasi terlalu luas maka peniliti menggunakan sampel yang akan diambil dari populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2009:116), sampel adalah :

"Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut."

Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik *incidental sampling* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peniliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah di Global Teleshop Bandung. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) Husein Umar (2004:78) menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Minimal
N = Jumlah populasi
e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditelorir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%)

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{516}{1 + 516(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{516}{6{,}16}$$

$$n = 99{,}78 \approx 100$$

Berdasarkan penelitian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian 100 konsumen yang datang ke Global Teleshop Bandung cabang BEC Bandung

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:265) metode pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk teknik mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research)*

   Penelitian lapangan (*field research*) dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh langsung dari Global Teleshop Bandung). Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagi berikut:

a. Kuesioner (Angket)

Angket (kuesioner) adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi Arikunto, 2010:268). Angket dalam penelitian ini terdiri dari daftar butir-butir pertanyaan pernyataan tertulis kepada 100 konsumen yang datang di toko Global Teleshop cabang BEC Bandung untuk menjawab, tentang variabel gaya hidup, harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Toko Global Teleshop cabang BEC Bandung.

b. Wawancara (*Interview*)

Menurut Sugiyono (2012:194) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus ditelitian juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Suharsimi Arikunto (2010:274) menyatakan bahwa "didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, jurnal, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya". Teknik ini digunakan untuk mengetahui gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian di Global Teleshop Cabang BEC Bandung.

2. Studi kepustakaan *(Library Reseach)*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan-bahan yang terdapat dalam buku, majalah, internet, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai data penelitian. Sebelum kuesioner atau instrumen penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

3.2.4.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar 2007:89). Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Husein Umar, 2010:190)

Keterangan:

r_1 = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjel dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

n = banyaknya responden

Sedangkan pengujian keberartian koefiseien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikasi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

$$t = r\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ ; db = n-2}$$

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

Untuk mengetahui tiap instrumen pernyataan valid atau tidak, maka nilai korelasi tersebut dibandingkan dengan 0,3. dimana jika nilai korelasi (*r*) lebih

besar dari 0,3 maka, intrumen tersebut dinyatakan valid, begitu pula sebaliknya. Sebagaimana yang dinyatakan Masrun yang dikutip oleh Sugiyono (2012:188) bahwa item yang mempunyai korelsi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r = 0,3. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS*for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikuntor (2012:221) reliabiltas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data kerena instrumen tersebut sudah baik.

Berdasarkan definisi diatas, maka relibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.

Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran. Pengujian ini bertujuan

untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala rating 1 sampai dengan 5. Rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* (α) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

(Suharsimi Arikuntoro, 2012:223)

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

6_t^2 = varian total

$\sum \sigma_b^2$= jumlah varian butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir yang kemidian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikuntoro, 2012:227)

Dimana:

n = jumlah sampel

σ= nilai varian

X= nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaaan)

3.2.4.3 Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Gaya Hidup	1	0,869	0,300	Valid	0,899	0,700	Reliabel
	2	0,842	0,300	Valid			
	3	0,811	0,300	Valid			
	4	0,868	0,300	Valid			
	5	0,833	0,300	Valid			
	6	0,670	0,300	Valid			
Harga	7	0,837	0,300	Valid	0,847	0,700	Reliabel
	8	0,886	0,300	Valid			
	9	0,847	0,300	Valid			
	10	0,745	0,300	Valid			
Keputusan Pembelian	11	0,554	0,300	Valid	0,815	0,700	Reliabel
	12	0,778	0,300	Valid			
	13	0,747	0,300	Valid			
	14	0,788	0,300	Valid			
	15	0,800	0,300	Valid			
	16	0,651	0,300	Valid			

Berdasarkan rekapitulasi hasil pengujian validitas dan reliabilitas di atas, terlihat bahwa seluruh nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,300 dinyatakan valid. Dan dari hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach, diperoleh nilai koefisien reliabilitas masing-masing sebesar 0,899, 0,847 dan 0,815. Ketiga nilai ini berada di atas titik kritis 0,700 sehingga dinyatakan reliabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

Agar penulis dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu penulis akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis.

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.2 Analisis Kualitatif (Deskriptif)

Menurut Sugiyono (2012:7) analisis kualitatif adalah metode penelitian kualitatif yang dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi lama dilapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan dilapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan

jumlah responden. Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\% \text{ Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \text{ X } 100\%$$

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Untuk pengkategorian tanggapan responden, dilakukan dengan membuat pengkategorian dngan menentukan nilai indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya, sebagai berikut:

1. Nilai indeks minimum adalah skor terendah dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden
2. Nilai indeks maksimum adalah skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks minimum dengan nilai indeks maksimum
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi dengan jumlah jenjang yang diinginkan

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

- Skor minimum dalam presentase = $\frac{skor\ minimum}{skor\ maksimum} x100\%$

$$= \frac{1}{5} x100\%$$

= 20%

- Skor maksimum dalam presentase = $\frac{skor\ masksimum}{skor\ maksimum} x100\%$

  = $\frac{15}{5} x100\%$

  = 100%

- Interval dalam presentase = skor masksimum - skor maksimum

  = 100% - 20%

  = 80%

- Panjang Interval = $\frac{intrval}{jenjang}$ = $\frac{80\%}{5}$ = 16%

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden ntuk masing-masing item penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.3
Pengkategorian Skor Jawaban Responden

Interval tingkat Intensitas	Kriteria
20% - <36%	Sangat Rendah
36% - <52%	Rendah
52% - <68%	Sukup tinggi
68% - <84%	Tinggi
84% - <100%	Sangat Tinggi

3.2.5.3 Analisis Kuantitatif (verifikatif)

Menurut Sugiyono (2012:8) analisis kuantitatif adalah metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada

populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Riduwan & Kuncoro (2007:29), mengatakan bahwa data yang telah memaparkan bahwa dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval"*. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. MSI (*Method of Successive Interval)*

Menurut Riduwan & Kuncoro (2007:30), mentransformasi data ordinal menjadi data interval gunanya untuk memenuhi sebagian syarat analisis parametrik yang mana data setidak-tidaknya berskala interval. Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a. Ambil data ordinal hasil kuesioner
b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d. Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

$$\text{Means of Interval} = \frac{\text{(Density at Lower limit)} - \text{(Density at Upper Limit)}}{\text{(Area at Below Density Upper Limit)} - \text{(Area at Below Lower)}}$$

Dimana:
Means of Interval = Rata-Rata Interval
Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah
Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah
Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas
Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

$$\text{Nilai transformasi} = \text{Nilai Skala} + \left|\text{Nilai Skala}_{\text{minimum}}\right| + 1$$

dup dan harga terhadap keputusan pembelian, dalam hal ini adalah konsumen *Clothing Artchitect*digunakan analisis regresi berganda.

2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Riduwan (2012:155) analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana, kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal 2 atau lebih.

Analisis regresi berganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubngan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3)…….(X_n) dengan satu variable terikat. Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \ldots + b_nX_n$$

Keterangan
Y = variabel terikat
α = konstanta, merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah 0 (X1, X2 = 0)
b_1= koefisien regresi berganda antara variabel bebas X1 terhadap variabel terikat Y, apabila variabel bebas X2 diangap konstan.

b_2 = koefisien regresi berganda antara variabel bebas X2 terhadap variabel terikat Y, apabila variabel bebas X1 diangap konstan.

X = variabel independen, yang terdiri dari Gaya Hidup (X1), dan Harga (X2).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak.Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi.Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

b. Uji Multikolinier

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir
2. Nilai *standar error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan *standar error* nya semakin besar pula.Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2003: 362), jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi.Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual.Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

3. Analisis Korelasi *(Pearson)*

Menurut Sugiyono (2009:183), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product moment Method* atau dikenal dengan rumus *pearson*, yaitu :

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = gaya hidup, harga
z = keputusan pembelian
n = jumlah responden

Untuk melihat tingkat ke-eratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.10 dibawah ini : **Tabel 3.5**

Tingkat Keeratan Korelasi

Interval	Tingkat Keeratan
0 – 0.20	Sangat Rendah
0.21 – 0.40	Korelasi Lemah
0.41 – 0.60	Korelasi Sedang
0.61 – 0.80	Cukup Tinggi
0.81 - 1	Korelasi Tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 157

4. Analisis Koefisien Determinasi

Besarnya peranan semua variabel bebas ditunjukan olehbesarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilai determinasi maka semakin besar menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil perhitungan dapat dilihat dengan menggunakan media/alat bantu SPSS atau secara manual (R2 = SS reg / SStot) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \text{ x } 100\%$$

Sumber : Sugiyono(2012; 188)

Dimana:
d : Koefisien determinasi
r : Koefisien Korelasi

Dengan kriteria pengaruh sebagai berikut:

Tabel 3.6
Kreteria Hubungan Antar Variabel

Interval	Tingkat pengaruh
0 % - 19,9 %	Sangat rendah
20% - 39,9%	Rendah
40% - 59,9%	Sedang
60% - 79,9%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat.

3.2.5.4 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Gaya hidup dan Harga tehadap Keputusan pembelian konsumen smartphone Blackberry Z10 pada Global Teleshop cabang BEC Bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

H1 : Tanggapan Gaya hidup konsumen Smartphone Blackberry Z10 pada Global Teleshop cabang BEC Bandung mampu berinteraksi dengan lingkungan.

Dimana :

H_0 : β (PK) $\leq$ 68 %, Tanggapan Gaya hidup konsumen Smartphone Blackberry Z10 pada Global Teleshop cabang BEC Bandung belum mampu berinteraksi dengan lingkungan.

H_{11} : β (PK) > 68%, Tanggapan Gaya hidup konsumen Smartphone Blackberry Z10 pada Global Teleshop cabang BEC Bandung mampu berinteraksi dengan lingkungan

H2 : Tanggapan konsumen tentang harga Smartphone Blackberry Z10 pada Global Teleshop cabang BEC Bandung sesuai dengan keinginan konsumen.

Dimana :

H_{02}: β (KS) ≤ 68%, Tanggapan konsumen tentang harga Smartphone Blackberry Z10 pada Global Teleshop cabang BEC Bandung tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

H_{12} : β (KS) > 68%, Tanggapan konsumen tentang harga Smartphone Blackberry Z10 pada Global Teleshop cabang BEC Bandung sesuai dengan keinginan konsumen.

H3 : Tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian Smartphone Blackberry Z10 baik.

Dimana

H_{03} : β (KK) ≤ 68 %, Tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian Smartphone Blackberry Z10 tidak baik.

H_{13} : β (KK) > 68%, Tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian Smartphone Blackberry Z10 baik.

Dalam penelitian ini yang akan diuji pengaruh gaya hidup dan hargadampaknya terhadap keputusan pembelian pada Global Teleshop Cabang BEC Bandung. Langkah-langkah dalam pengujiannya sebagai berikut :

1. Pengujian Secara Simultan/Bersama-Sama.

Melakukan pengujian simultan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji f yang digunakan adalah :

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

Sumber Sugiyono (2012:257)

Dimana :

R = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas
n = jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secra bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdaat pada tabel analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan microsoft. Jika nilai Fhitung > Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (ekuitas merek dan nilai konsumen) tidak dapat dijelaskan perubahan nilai variabel terikat (keputusan pembelian) ditolak dan sebaliknya (Sugiyono, 2012:257).

b. Hipotesis utama

Untuk menguji apakah variabel kualitas produk dan gaya hidup secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

H_0 ; $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Global Teleshop cabang BEC Bandung.

H_1 ; $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Global Teleshop cabang BEC Bandung.

c. Kriteria pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variabel independen tidak sama dengan nol, maka Ho ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol, maka Ho diterima. H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{kritis}$ ($\alpha = 0{,}05$)

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji parsial, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang telah digunakan adalah:

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

Sumber : Sugiyono (2012: 184)

Hasilnya dibandingkan dengantabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikan 5%.

b. Hipotesis

H_{01} ; $\rho_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Global Teleshop cabang BEC Bandung.

H_{11} ; $\rho_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Global Teleshop cabang BEC Bandung.

H_{12} ; $\rho_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan konsumen Global Teleshop cabang BEC Bandung.

H_{12} ; $\rho_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Global Teleshop Bandung.

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{abel}$ ($\alpha = 0{,}05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesisnya yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{abel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{abel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

3. Menggambar Daerah Penerimaan dan Penolakan



Gambar 3.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis
Sumber : Arikuntoro (2012:161)

4. Penarikan Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t hitung jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisian regresi signifikan (tidak signifikan).

Kesimpulannya, Gaya Hidup dan harga berpengaruh (tidak berpengaruh) terhadap keputusan pembelian. Tingkat signifikannya yaitu 5 % (α = 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf harga 95%, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.