

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke masyarakat di lokasi penelitian yang telah ditetapkan. Berdasarkan hubungan antar variabel, penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kausal yaitu penelitian yang bertujuan untuk meneliti pengaruh antar variabel yaitu gaya hidup sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.¹ Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif karena analisis penelitian ini melibatkan aktivitas perhitungan yang hasilnya akan dijabarkan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan. Kota Banjarmasin dipilih sebagai lokasi penelitian karena Kota

¹Ujang Sumarwan, *et al.*, *op. cit.*, hlm. 13.

Banjarmasin merupakan kota dengan penduduk terbanyak di Kalimantan Selatan yang sebagian besar penduduknya beragama Islam, akan tetapi masih ditemukan sebagian dari masyarakat muslim tersebut dalam hal konsumsinya belum mencerminkan perilaku Islami seutuhnya, khususnya dalam hal mengkonsumsi perhiasan imitasi di mana penulis menemukan adanya konsumen yang membeli perhiasan karena gaya hidup hedonis yang ia miliki.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua elemen yang memiliki informasi yang dibutuhkan peneliti dan menjadi dasar pengambilan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Banjarmasin yang beragama Islam dan pernah membeli serta menggunakan perhiasan imitasi.

Sampel dalam penelitian ini hanya sebagian dari populasi. Teknik pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.² Pengambilan sampel menggunakan teknik *snowball sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil kemudian menjadi besar dengan cara memilih beberapa sampel secara acak untuk dijadikan responden kemudian peneliti akan mencari responden lain untuk melengkapi data berdasarkan informasi dari responden sebelumnya hingga jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini terpenuhi.³

²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 120.

³*Ibid.*, hlm. 123.

Populasi masyarakat pengguna perhiasan imitasi di Kota Banjarmasin tersebar dan sulit diketahui jumlahnya secara pasti, oleh karena itu penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan saran Roscoe yang dikutip oleh Sugiyono. Menurut Roscoe, untuk penelitian dengan analisis *multivariate* (misalnya korelasi atau regresi ganda) jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.⁴ Jumlah variabel penelitian ini ada 4 yang terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat sehingga jumlah minimal sampel adalah $4 \times 10 = 40$ sampel. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang penulis ambil adalah 80 orang yaitu dua kali lipat dari minimal sampel yang ditentukan.

D. Data dan Sumber Data

1. Data dan Sumber Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari lapangan yang diperoleh langsung dari responden melalui pengamatan, wawancara, dan kuesioner. Adapun sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari responden, yaitu masyarakat kota Banjarmasin yang pernah membeli dan mengenakan perhiasan imitasi.

2. Data dan Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan berupa teori, hasil penelitian terdahulu dan sebagainya. Sumber data sekunder yang di-

⁴*Ibid.*, hlm. 130.

gunakan dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal penelitian, artikel, internet, dan lain-lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi, merupakan metode pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan terhadap data yang diteliti sehingga data yang didapat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Kuesioner (angket), yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner yang berisi *item-item* pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner berupa kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka.
3. Wawancara yaitu dengan memberikan pertanyaan terbuka dan langsung pada beberapa responden untuk mendapatkan informasi pendukung dalam penelitian ini, sehingga diperoleh data-data yang diperlukan penulis.

F. Desain Pengukuran

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut dari orang atau obyek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian yang akan dianalisis dibagi menjadi dua variabel yang terdiri dari variabel *independent* dan variabel *dependent*. Variabel independen

adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat, sedangkan variabel dependen adalah variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁵ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Gaya Hidup (X) yaitu gaya hidup hedonis yang terdiri dari tiga dimensi/sub variabel yaitu Aktivitas (X_1), Minat (X_2) dan Opini (X_3), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel terikat dan bebas di atas adalah sebagai berikut:

a. Gaya Hidup (X)

Gaya hidup dalam penelitian ini ialah pola hidup konsumen perhiasan imitasi yang dicerminkan melalui aktivitas, minat, dan opini yang ditujukan untuk memperoleh kesenangan dan kenikmatan duniawi. Variabel gaya hidup (X) terdiri dari tiga sub variabel yaitu:

1) Aktivitas (X_1)

Aktivitas dalam penelitian ini mengacu pada bagaimana konsumen perhiasan imitasi menghabiskan waktu mereka untuk hal-hal yang dapat membawa kesenangan. Pernyataan mengenai aktivitas dari konsumen yang menganut gaya hidup hedonis dapat diukur melalui indikator-indikator berikut:

a) Hobi, yaitu aktivitas yang dilakukan saat memiliki waktu luang yang diukur dengan *item* pernyataan berikut:

⁵*Ibid.*, hlm. 59.

- (1) Hobi menghabiskan waktu luang di tempat hiburan seperti *mall*, kafe, karaoke, dan lain-lain
 - (2) Hobi mengoleksi barang dari merek terkenal
 - (3) Hobi mengerjakan tugas rumah
- b) Hiburan, yaitu aktivitas yang dilakukan untuk menghibur diri ketika merasa sedih, lelah, dan lainnya. Indikator ini dapat diukur melalui *item* pernyataan berikut:
- (1) Menghibur diri dengan pergi bersenang-senang bersama teman
 - (2) Menerima ajakan teman/keluarga untuk jalan-jalan meskipun sedang ada tugas.
- c) Belanja, yaitu aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan sesuatu dengan cara membayarkan sejumlah uang tertentu. Indikator ini diukur melalui *item* berikut:
- (1) Melakukan aktivitas belanja hingga lupa waktu
 - (2) Rela berhutang/melakukan transaksi secara kredit untuk membeli barang yang diinginkan meskipun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan.
 - (3) Membeli barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan tanpa pikir panjang saat melihat promo/diskon.

2) Minat (X_2)

Minat dalam penelitian ini merupakan suatu ketertarikan yang dimiliki konsumen terhadap hal-hal yang dianggap dapat mem-

berikan rasa senang. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur minat konsumen yang memiliki gaya hidup hedonis ialah sebagai berikut:

a) Komunitas, sebuah kelompok yang terdiri dari beberapa orang yang memiliki ketertarikan yang sama. Hal ini diukur melalui *item* berikut:

- (1) Ingin menjadi bagian dari komunitas orang-orang kaya.
- (2) Ingin tampil mewah agar terlihat seperti bagian komunitas *highclass*

b) *Fashion*, yaitu gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya tertentu. Indikator ini diukur melalui *item* berikut:

- (1) Selalu ingin mengikuti tren *fashion* yang sedang populer
- (2) Tidak terpengaruh setiap kali melihat orang lain yang mengenakan perhiasan mahal
- (3) Tertarik untuk memiliki perhiasan mahal untuk menarik perhatian banyak orang.
- (4) Tertarik dengan tas imitasi dari merek terkenal

c) Media, yaitu sesuatu yang digunakan sebagai sarana informasi.

Indikator ini diukur melalui *item* berikut:

- (1) Memiliki akun media sosial yang digunakan untuk menunjang popularitas di dunia maya.
- (2) Tidak tertarik untuk menjadi populer di media sosial

3) Opini (X₃)

Opini yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapat konsumen mengenai hal-hal yang berkaitan dengan hedonisme.

Opini dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

a) Diri mereka sendiri, yaitu opini konsumen terhadap diri mereka sendiri, hal ini diukur melalui *item*:

- (1) Beranggapan bahwa dirinya adalah tipe orang rela melakukan apapun agar merasa senang
- (2) Beranggapan bahwa dirinya selalu benar
- (3) Merasa lebih percaya diri karena mampu menarik perhatian saat orang lain memperhatikan penampilannya.

b) Produk, yaitu pendapat konsumen mengenai suatu produk.

Indikator ini diukur melalui *item* berikut:

- (1) Beranggapan bahwa produk yang mahal mampu menimbulkan rasa bangga
- (2) Beranggapan bahwa menggunakan produk imitasi dari merek terkenal dapat membuat seseorang lebih percaya diri.
- (3) Beranggapan bahwa produk mahal tidak membanggakan jika tidak bermanfaat

c) Masa depan, yaitu pendapat konsumen mengenai masa depan yang diukur melalui *item* berikut:

- (1) Beranggapan bahwa kekayaan dapat menjamin masa depan seseorang.

(2) Beranggapan bahwa kebahagiaan dapat diraih di masa depan jika seseorang memiliki harta yang banyak

b. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah proses pengambilan keputusan yang dibuat konsumen untuk membeli perhiasan imitasi. Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

2. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena. Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen.⁶ *Item-item* instrumen penelitian dapat berupa pernyataan positif maupun pernyataan negatif.

Untuk jawaban atas instrumen yang berisi pernyataan positif, diberi skor sebagai berikut:

Sangat Setuju/Sangat Positif	: 4
Setuju/Positif	: 3
Tidak Setuju/Negatif	: 2
Sangat Tidak Setuju/Sangat Negatif	: 1

⁶ *Ibid.*, hlm. 132.

Untuk jawaban atas instrumen yang berisi pernyataan negatif, diberi skor sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju/Sangat Negatif	: 4
Tidak Setuju/Negatif	: 3
Setuju/Positif	: 2
Sangat Setuju/Sangat Positif	: 1

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	No. Item Pernyataan		Skala
			Positif	Negatif	
Gaya Hidup (X)	Aktivitas (X ₁)	Hobi	1, 2	3	Likert
		Hiburan	4, 5		
		Belanja	6, 7, 8		
	Minat (X ₂)	Komunitas	15, 16		
		Fashion	9, 11, 14	10	
		Media	12	13	
	Opini (X ₃)	Diri Sendiri	17, 18, 21		
		Produk	19, 20	22	
		Masa Depan	23, 24		
Keputusan Pembelian (Y)		Pengenalan Masalah	25		
		Pencarian Informasi	26		
		Evaluasi Alternatif	27		
		Keputusan Pembelian	28		
		Pasca Pembelian	29		

Sumber: Hasil Olahan Penulis dari Berbagai Sumber (2016)

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendapatan, pendidikan terakhir, dan pernah tidaknya mempelajari batasan berhias dalam Islam secara deskriptif. Selain itu, analisis deskriptif juga digunakan untuk mendeskripsikan jawaban responden terhadap semua *item* pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Nilai *mean* dari tiap *item* akan dihitung dan hasilnya kemudian dipetakan ke rentang skala dengan rumus berikut:

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyak Kelas}} = \frac{4 - 1}{5} = 0,6$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh batasan nilai untuk setiap kelas adalah 0,6 sehingga pembagian nilainya sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kategori Batas Kelas *Mean*

Nilai	Kategori
$1,00 < X \leq 1,60$	Sangat Rendah
$1,60 < X \leq 2,20$	Rendah
$2,20 < X \leq 2,80$	Sedang
$2,80 < X \leq 3,40$	Tinggi
$3,40 < X \leq 4$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Perhitungan Penulis (2016)

2. Analisis Statistik

Analisis dengan statistik yaitu menggunakan pendekatan dengan rumus statistik dan mengolah data dari hasil kuesioner yang telah dinyatakan dalam satuan angka dengan skala likert untuk dianalisis dengan perhitungan statistik terhadap variabel objek yang diteliti dengan menggunakan SPSS 22

for windows untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat atau tidak.

a. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁷ Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah *item* yang digunakan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur apa yang ingin diteliti. Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap *item* pernyataan dengan skor total menggunakan aplikasi SPSS 22 *for windows*. Suatu *item* akan dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} dan apabila hasil sig. lebih kecil atau sama dengan tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu 5% atau 0,05.⁸

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur yang digunakan. Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6.⁹

⁷*Ibid.*, hlm. 172.

⁸Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), hlm. 41.

⁹*Ibid.*, hlm. 44

c. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa (*Ordinary Least Squares/ OLS*) merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator/ BLUE*). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik.¹⁰ Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan bantuan SPSS 22 *for windows*. Uji asumsi klasik tersebut antara lain:

1) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel independen. Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antar variabel dapat dilihat dari nilai *variable inflation faktor* (VIF) faktor pertambahan ragam. Jika $VIF < 5$, tingkat kolinearitas dapat ditoleransi.¹¹

2) Uji Normalitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi tersebut variabel dependen, variabel independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak digunakan *normal*

¹⁰Suliyanto, *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indo, 2005), hlm. 63.

¹¹Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs Lisrel*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 70.

probability plots dan *Kolmogorov-Smirnov*. Normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Menurut Santoso, deteksi normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.¹² Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah hubungan antara yang satu dengan data yang lainnya dalam satu variabel dan variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi mengandung korelasi serial atau tidak diantara variabel pengganggu. Teknik pengujian autokorelasi adalah *Durbin Watson test* dengan ketentuan sebagai berikut:¹³

- a. Jika d_w lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_u)$ maka berarti tidak ada autokorelasi.

¹²Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistic Parametric*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputendo, 2001), hlm. 34.

¹³ *Ibid*, hlm. 37.

- b. Jika d_w terletak antara d_u dan $(4-d_u)$, berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika d_w terletak antara d_l dan dua atau diantara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat *scatterplot*. Jika titik-titik menyebar secara acak maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁴

d. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh mendukung atau tidak hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini ada dua hipotesis yang telah diajukan. Berikut adalah pengujian terhadap hipotesis yang diajukan:

1) Uji Regresi Linear Berganda

Mengenai alat analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, yaitu kajian terhadap hubungan satu

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 66.

variabel yang diterangkan dengan dua atau lebih variabel yang menerangkan.

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

Di mana:

Y = Keputusan Pembelian b = Koefisien Korelasi

a = Konstansta e = Error

X₁ = Aktivitas

X₂ = Minat

X₃ = Opini

Nilai koefisien korelasi r berkisar antara -1 sampai +1, kriterianya sebagai berikut:

- a. Jika nilai $r > 0$ artinya terjadi hubungan yang linier positif antara variabel independen dan variabel dependen.
- b. Jika nilai $r < 0$ artinya telah terjadi hubungan yang linier negatif antara variabel independen dan variabel dependen.
- c. Jika $r = 0$ artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen dan variabel dependen.
- d. Jika nilai $r = 1$ artinya telah terjadi hubungan linier sempurna.

Tabel 3.3 Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014)

2) Uji F atau Uji Simultan

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara simultan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan antara gaya hidup hedonis (X) yang meliputi aktivitas (X_1) minat (X_2) dan opini (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

H_a : ada pengaruh secara simultan antara gaya hidup hedonis (X) yang meliputi aktivitas (X_1) minat (X_2) dan opini (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

3) Uji t atau uji Parsial

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

a) Aktivitas (X_1)

Pengujian hipotesis ini menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh variabel aktivitas (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

H_a : Ada pengaruh variabel aktivitas (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

b) Minat (X_2)

Pengujian hipotesis ini menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh variabel minat (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

H_a : Ada pengaruh variabel minat (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

c) Opini (X_3)

Pengujian hipotesis ini menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh variabel opini (X_3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

H_a : Ada pengaruh variabel opini (X_3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y)