

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Setiap penelitian perlu adanya rancangan penelitian, karena dengan adanya rancangan penelitian diharapkan seorang peneliti dapat lebih mudah dan lebih cepat menyelesaikan penelitiannya. Agar penelitian memperoleh data yang valid dan sesuai dengan prosedur maka penelitian ini harus mengacu pada karakteristik variabel dan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, penulis menggunakan rancangan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik.<sup>1</sup>

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian korelasi. Penelitian korelatif adalah penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat keeratan hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam populasi. Penelitian korelasi bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara dua variabel, dan apabila ada seberapa eratny hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan itu.<sup>2</sup> Hal ini dikarenakan, peneliti berusaha menjelaskan ada tidaknya hubungan atau seberapa besar pengaruh antara variabel gaya hidup (*lifestyle*) yang akan diuji dengan keputusan pembelian di *Shopee Online Store* pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015.

---

<sup>1</sup> Ridwan dan Tita Lestari, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 1999), 2.

<sup>2</sup> Sevilla, C. G, dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: UII Press, 1993), 87.

## B. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup> Oleh karena itu, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan lain sebagainya.<sup>4</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015 yang pernah berbelanja *online* di Shopee sejumlah 171 mahasiswa.

### b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>5</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>6</sup> Salah satu teknik *probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling*

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2014), 148.

<sup>4</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Public serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2005), 99.

<sup>5</sup> Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 105.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Dengan berbagai macam produk yang ada di Shopee, sebagai sampel dalam penelitian ini peneliti mengambil produk-produk yang paling diminati mahasiswa dalam mendukung gaya hidup (*lifestyle*) sebagai fokus dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi perluasan pembahasan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini. Maka peneliti memfokuskan untuk meneliti gaya hidup (*lifestyle*) mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015 terhadap Shopee *Online Store*, karena merupakan aplikasi belanja online yang paling diminati mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015. Selain itu, fitur – fitur promosi yang ada di Shopee juga berhasil melambungkan nama Shopee sebagai *marketplace* terpopuler dan mampu bersaing dengan *online store* lainnya.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Taraf kesalahan (error) sebesar 0,05 (5%)

Dari rumusan diatas, maka besarnya jumlah sampel (n) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{171}{1 + 171(0,05)^2}$$

$$n = \frac{171}{1 + 0,4275}$$

$$n = \frac{171}{1,4275}$$

$$n = 119,78984 = 120 \text{ sampel}$$

Setelah dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan atau error sebesar 0,05 (5%) diperoleh sampel pada penelitian ini berjumlah 119,78984 yang dibulatkan menjadi 120. Maka peneliti mengambil sampel Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri 2015 yang pernah berbelanja *online* di Shopee sebanyak 120 orang.

### C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat penelitian di IAIN Kediri yang beralamatkan di Jl. Sunan Ampel 7 Ngronggo Kota Kediri.

### D. Jenis Data

Berdasarkan bentuk dan sifatnya, data penelitian dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.

1. Data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya, wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan.

2. Data kuantitatif yaitu data dalam bentuk angka sebagai hasil pengamatan atau pengukuran yang dapat dihitung dan diukur atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*).<sup>7</sup> Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika.

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data dari angket yang peneliti sebar kepada responden yang pernah berbelanja *online* di Shopee dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup (*lifestyle*).

#### **E. Sumber Data Penelitian**

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

---

<sup>7</sup> Zuraidah, *Statistika Deskriptif* (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 30.

2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Data primer dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada responden mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2015 yang pernah berbelanja *online* di Shopee. Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk *item* atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting.<sup>8</sup>

#### **F. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah alat pada waktu penelitian menggunakan suatu metode. Dalam melakukan penelitian pasti ada proses pengumpulan data dengan menggunakan teknik-teknik tertentu yang disesuaikan dengan karakteristik penelitian yang dilakukan. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak mungkin mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan. Untuk mengumpulkan data sebanyak mungkin peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

---

<sup>8</sup> Limas Dodi, *Metode Penelitian Science Methods, Metode Tradisional dan Natural Setting, Berikut Teknik Penulisan* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 143.

a. Teknik Observasi (Pengamatan)

Observasi biasa disebut dengan istilah pengamatan. Teknik observasi atau pengamatan adalah suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis. Dalam keterangan lain dikemukakan bahwa observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Dengan demikian penggunaan metode ini mengharuskan peneliti untuk hadir langsung untuk melakukan pengamatan sekaligus pencatatan terhadap fenomena yang sedang dikumpulkan informasinya.<sup>9</sup>

b. Metode Angket (Kuesioner)

Angket (kuesioner) adalah usaha pengumpulan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden. Metode angket (kuesioner) dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang akan dijawab responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan atau empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Moh. Pabundu Tika, *Metode Penelitian Geografi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 44.

<sup>10</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 127.

## G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu alat bantu yang digunakan untuk memperoleh data. Instrumen penelitian sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian oleh karena itu dalam penelitian ini, penulis menggunakan instrumen sebagai berikut:

### 1. Angket (Kuesioner)

Metode angket (kuesioner) adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan suatu masalah dalam bidang yang akan diteliti. Cara pengoperasian metode ini dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden untuk menjawab sejumlah pertanyaan dalam angket yang akan peneliti ajukan. Dalam penelitian ini, pengoperasian metode dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2015 untuk menjawab sejumlah pertanyaan dalam angket yang akan peneliti ajukan tentang gaya hidup (*lifestyle*) terhadap keputusan pembelian di Shopee *Online Store*.

### 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk suatu objek. Dalam hal ini dokumentasi digunakan untuk mengetahui jumlah mahasiswa, file-file data komputer dan data-data lainnya. Dari metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang:



1. Sejarah berdirinya Kampus IAIN Kediri
2. Visi dan misi Kampus IAIN Kediri
3. Data mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri

## H. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.<sup>11</sup>

Variabel dibedakan menjadi dua, yaitu:

### 1. Variabel bebas (X) (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian.<sup>12</sup> Gaya hidup (*lifestyle*) adalah gambaran seseorang dalam berperilaku mulai dari bagaimana kehidupannya, bagaimana ia menggunakan uang, dan waktu yang dimanfaatkan.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2007), 31.

<sup>12</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 57.

<sup>13</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 56.

## 2. Variabel Terikat (Y) (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>14</sup> Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga mengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.<sup>15</sup>

Berdasarkan dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat tersebut, dapat diidentifikasi berdasarkan indikator pada masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Indikator Penelitian Variabel X (Gaya Hidup (*lifestyle*))**

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Variabel
Gaya Hidup ( <i>lifestyle</i> ) (X)	Aktivitas	tindakan nyata
	Minat	stimulus yang menyita perhatian
		khusus maupun terus menerus
	Opini	tanggapan secara lisan maupun tertulis
oleh individu sebagai bentuk respon dalam suatu situasi		

Sumber: Indikator gaya hidup (*lifestyle*) Kotler dan Armstrong

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 51.

<sup>15</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua Cetakan Ketiga Belas* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 118.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	Pemasar wajib mengetahui rangsangan apa yang dapat menjadi pemicu kebutuhan konsumen, untuk mengetahuinya pemasar wajib mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen
	Pencarian Informasi	Konsumen mendapatkan informasi mengenai suatu produk dari sumber komersial yaitu sumber yang didominasi oleh pemasar. Namun, informasi paling efektif berasal dari sumber pribadi.
	Evaluasi Alternatif	Konsumen menggunakan informasi-informasi yang didapat kemudian dilakukan evaluasi dari berbagai merek dalam serangkaian pemilihan.
	Keputusan Membeli	Dalam tahap evaluasi, konsumen telah menggolongkan sesuai dengan pilihan. Kemungkinan konsumen akan memiliki niat membeli pada produk yang paling disukai
	Perilaku Pascabeli	Setelah konsumen melakukan keputusan pembelian produk, konsumen akan menemukan suatu kekurangan pada produk yang dibeli. Sebagian konsumen ada yang mengabaikan kekurangan tersebut dan sebagian yang lain justru menambah nilai produk tersebut.

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong

## I. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.<sup>16</sup> Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain. Analisis data dilakukan apabila data-data yang terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang obyektif dan logis. Adapun langkah-langkah dalam mengolah data setelah data terkumpul adalah:

### a. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Data yang masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan akan pengisiannya mungkin ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai dan sebagainya. Pekerjaan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut *editing*. Tujuan *editing* adalah untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dari lapangan dan bersifat korelasi. Pada kesempatan ini, kekurangan data atau kesalahan data dapat dilengkapi atau diperbaiki.

### b. Pembuatan Kode (*Coding*)

Proses pembuatan kode merupakan proses pemberian tanda menggunakan angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Kode diberikan untuk semua kuesioner yang sama sehingga semua jawaban dapat dimasukkan dalam sejumlah kategori atau kelompok. Disini

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2014), 199.

efisiensi analisis akan tercipta sebab semua jawaban dapat diturunkan menjadi beberapa kategori yang dipilih secara seksama.

c. Pemberian Skor (*Scoring*)

*Scoring* adalah memberi skor-skor terhadap pernyataan-pernyataan yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket pada setiap subjek, setiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan). Penentuan skor untuk pernyataan sebagai berikut:

- 1.) Sangat Setuju (SS) bobot nilai : 5
- 2.) Setuju (S) bobot nilai : 4
- 3.) Kurang Setuju (KS) bobot nilai : 3
- 4.) Tidak Setuju (TS) bobot nilai : 2
- 5.) Sangat Tidak Setuju (STS) bobot nilai : 1

d. Penyusunan Tabel (*Tabulating*)

*Tabulating* data adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara yang teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan seberapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam suatu kategori.

e. *Processing*

*Processing* yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik. Pada tahap penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dengan menggunakan analisis statistik. Adapun teknik analisisnya adalah sebagai berikut:

1.) Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan kepada ketetapan dan kecermatan tes dan menjalankan fungsi pengukurannya. Suatu tes dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurannya, atau memberikan hasil ukur sesuai dengan tujuan diadakan tes tersebut.<sup>17</sup> Pengambilan keputusan bahwa setiap indikator valid, apabila  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$ . Untuk menentukan nilai  $r_{hitung}$  dibantu dengan program aplikasi SPSS yang dinyatakan dengan nilai *Corrected Item Total Correction*.

2.) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk menafsirkan uji reliabilitas, kriteria yang digunakan peneliti berpedoman pada hasil *cronbach's alpha* yang digunakan untuk mengukur apakah

---

<sup>17</sup> Ety Rochaety dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), 57.

item angket tersebut reliabel atau tidak. Reliabilitas diukur dengan rumus

*Alfa Cronbach* sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right)$$

Keterangan:

$k$  = Mean kuadrat antara subjek

$\sum S_i^2$  = Mean kuadrat kesalahan

$S_t^2$  = Varians total

Rumus untuk varians total dan varians item:

$$S_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

$$S_i^2 = \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

Keterangan:

$JK_i$  = Jumlah kuadrat seluruh item

$JK_s$  = Jumlah kuadrat subyek<sup>18</sup>

Untuk kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a.) Nilai *alpha* 0,00 - 0,2 berarti kurang reliabel.
- b.) Nilai *alpha* 0,21 - 0,4 berarti agak reliabel.
- c.) Nilai *alpha* 0,41 - 0,6 berarti cukup reliabel.
- d.) Nilai *alpha* 0,61 - 0,8 berarti reliabel.
- e.) Nilai *alpha* 0,81 - 1,00 berarti sangat reliabel.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 365.

<sup>19</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi statistik dengan SPSS 16,0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

### 3.) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Uji normalitas ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS Versi 22 melalui taraf kepercayaan 95%. Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a.) Nilai sig. (2-tailed)  $< \alpha$  (0,05)  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka sampel tidak terdistribusi normal.
- b.) Nilai sig. (2-tailed)  $> \alpha$  (0,05)  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, maka sampel terdistribusi normal.

### 4.) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:



- a.) Bila titik-titik data membentuk pola tertentu (gelombang, mengumpul atau melebar) pada grafik *scatterplot* maka terjadi heteroskedastisitas.
- b.) Bila titik-titik data tidak membentuk pola tertentu (gelombang, mengumpul atau melebar) pada grafik *scatterplot* maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 5.) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara periode  $t$  dengan periode *cross section* sebelumnya ( $t-1$ ). Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya. Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi dengan data observasi sebelumnya.

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtur waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Waston, dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin-Waston. Secara garis besar tolak ukur untuk menyimpulkan adanya autokorelasi atau tidak adalah sebagai berikut:

- a.) Jika DW lebih kecil dari dl atau lebih besar dari (4-dl) maka  $H_0$  ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b.) Jika DW terletak antara du dan (4-du) maka  $H_0$  diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c.) Jika DW terletak antara dl dan du atau antara (4-dl) dan (4-du) maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

#### 6.) Uji Korelasi Person

Uji korelasi biasanya banyak digunakan dalam berbagai penelitian, mulai dari penelitian sederhana sampai yang cukup kompleks. Analisis korelasi PPM sering digunakan untuk mencari dan menguji hipotesis asosiatif/hubungan. Variabel dalam analisis korelasi yang dihubungkan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).<sup>20</sup>

Teknik korelasi pearson digunakan pada analisis korelasi sederhana untuk variabel interval/rasio dengan variabel interval/rasio.<sup>21</sup>

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Dimana:

$r_{xy}$  = korelasi antara variabel x dengan y

X = variabel bebas ( $x_i - \bar{x}$ )

Y = variabel terikat ( $y_i - \bar{y}$ )

<sup>20</sup>Santoso dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 119.

<sup>21</sup>Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 61.

Rumus ini digunakan bila sekaligus akan menghitung persamaan regresi.

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

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi koefisien korelasi nilai r**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup kuat
0,20 - 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat rendah

Sumber :Arikunto, Riduwan & Kuncoro,2011.<sup>22</sup>

#### 7.) Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil.<sup>23</sup> Analisis digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dimanipulasi/dirubah-rubah atau dinaik-turunkan.<sup>24</sup> Regresi yang memiliki satu variabel dependent dan satu variabel independent. Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:<sup>25</sup>

<sup>22</sup>Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika* ., 81.

<sup>23</sup>Sunarto, *Pengantar*., 97.

<sup>24</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*., 260.

<sup>25</sup>Wiratna, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian* ., 137.

Persamaan regresi dirumuskan:  $Y = a + bX$

Keterangan:

Y = subjek variabel terikat yang diproyeksikan (keputusan pembelian)

X = variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan  
(gaya hidup (*lifestyle*) konsumen)

a = nilai konstanta Y jika  $X = 0$

b = nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y.<sup>26</sup>

## 8.) Uji Hipotesis Koefisien Regresi Berganda

### a. Uji Signifikansi F ( Uji F)

Uji F digunakan untuk melakukan pengujian koefisien regresi secara simultan atau bersama-sama. Hasil Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Kriteria pengujian:

#### 1. Menentukan Hipotesis

a.)  $H_0$  :  $\beta = 0$ , artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b.)  $H_a$  :  $\beta \neq 0$ , artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

---

<sup>26</sup>Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika.*, 97.

## 2. Menentukan Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan pada penelitian ini adalah 5% artinya risiko kesalahan mengambil keputusan 5%.

## 3. Pengambilan Keputusan

a.) Jika probabilitas (sig F)  $> \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen dengan dependen.

b.) Jika probabilitas (sig F)  $< \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen dengan dependen.<sup>27</sup>

### b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

Uji T digunakan untuk melakukan pengujian koefisien regresi secara sendiri-sendiri. Uji T digunakan untuk menguji signifikansi nilai parameter hasil regresi. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan nilai kritisnya ( $T_{tabel}$ ). Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

a.)  $T_{hitung} \leq T_{tabel} - T_{hitung} \geq - T_{total} = H_0$  diterima

b.)  $T_{hitung} \geq T_{tabel} - T_{hitung} \leq - T_{total} = H_0$  ditolak

---

<sup>27</sup> Damondar Gujarati, *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi ( $R^2$ ) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum dikatakan bahwa  $R^2$  merupakan kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai *predictor* dan variabel yang memberikan *response*. Koefisien determinasi dalam analisis regresi biasanya dijadikan dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>28</sup>

Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas X dalam menjelaskan variabel bebas Y. Kriteria pengujian  $R^2 = 0$ , artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Maman Abdurrahman, dkk. *Dasar-Dasar Metode Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 218-219.

<sup>29</sup> Dwi Prayetno, *Mandiri Belajar SPSS*, 79.