**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat peneliti sebagai persiapan dari kegiatan yang dilaksanakan. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan arah mana yang akan dilakukan dalam melaksanakan penelitian tersebut, serta memberikan gambaran jika penelitian itu telah jadi atau selesai penelitian tersebut diberlakukan (Sugiyono, 2019).

Desain penelitian berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian agar dapat berjalan dengan baik. Metode analisis data yang digunakan penulis dalam menganalisis masalah yang ada dengan metode analisis data deskriptif dan kuantitatif, metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran dan pengaruh gaya hidup, varian produk dan layanan terhadap keputusan pembeli di Lucha *Coffe* Medan Johor.

**3.2 Populasi dan Sampel**

**3.2.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2019) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 390 orang yang melakukan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor yang diambil dari data pada bulan April 2024.

**3.2.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2017) bahwa Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek.

Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan rumus *slovin*, dan menggunakan teknik *random sampling,* dimana pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan rumus *Slovin* sebagai berikut:

Dimana :

n = Anggota sampel

N = Anggota populasi

e = Error (tingkat kesalahan 1% atau 0.01, 5% atau 0.05, dan 10% atau 0.1)

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 390 konsumen yang ditetapkan atau tingkat signifikansi 0,1, maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

dibulatkan menjadi 80

Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini dibulatkan menjadi adalah 80 orang konsumen yang melakukan pembelian di Lucha *Coffe* Medan Johor.

**3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Jln. Karya Kasih, Gg Ikhlas III LK XIII No.12, Pipa I, Kec. Medan Johor, Kabupaten Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Kode Pos: 20144. Penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan Maret 2024 sampai dengan selesai.

**Tabel 3.1**

**Waktu Penelitian**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Kegiatan** | **Mar 2024** | | | | **Apr**  **2024** | | | | **Mei 2024** | | | | | **Jun 2024** | | | | | **Jul 2024** | | | | | **Ags 2024** | | | | | **Sept 2024** | | | | | **Okt 2024** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | **2** | **3** | **4** | **1** | | **2** | **3** | **4** | **1** | | **2** | **3** | **4** | **1** | | **2** | **3** | **4** | **1** | | **2** | **3** | **4** | **1** | | **2** | **3** | **4** |
| 1 | Pengajuan Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |
| 2 | Penyusunan Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |
| 3 | Surat Prariset |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |
| 4 | Bimbingan Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |
| 5 | Seminar Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |
| 6 | Revisi Seminar Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |
| 7 | Surat Riset |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |
| 8 | Penyusunan Skripsi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |
| 9 | Bimbingan Skripsi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |
| 10 | Sidang |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

**3.4 Operasionalisasi Variabel**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini peneliti menggunakan varibel yang dibagi menjadi variabel independen dan variable dependen, yaitu gaya hidup (X1), varian produk (X2) dan pelayanan (X3), sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian (Y). Operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.2

**Tabel 3.2**

**Defenisi Operasionalisasi Variabel Penelitian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Variabel** | **Defenisi Variabel** | **Indikator** | **Skala** |
| 1. | Gaya Hidup  (X1) | Menurut Kotler dan Keller (2016:187) gaya hidup adalah pola hidup seseorang sebagaimana diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat Ini menggambarkan orang seutuhnya berinteraksi dengan lingkungannya. | 1. Aktivitas (*Activities*)  2. Minat (*Interest*)  3. Pendapat (*Opinion*)  Sumber:  Puranda dan Madiawati (2017:28) | Likert |
| 2. | Varian Produk  (X2) | Menurut (Ichsannudin & Purnomo, 2021) variasi produk adalah produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan yang mengharapkan memproduksi produk tidak tunggal, melainkan bisa dalam berbagai macam dan jenis. | 1) Ciri suatu produk  2) Ukuran Produk  3) Harga Produk  4) Penampilan Produk  5) Atribut Produk  Sumber:  Ichsannudin & Purnomo (2021) | Likert |
| 3. | Pelayanan  (X3) | Menurut (Sulistyowati, 2018) kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen. | 1) Bukti Fisik  2) Empati  3) Keandalan  4) Daya tanggap  Sumber:  Hidayati et al., (2021) | Likert |
| 4. | Keputusan Pembelian (Y) | Menurut (Didik, 2022) keputusan pembelian adalah suatu kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan akhir untuk membeli suatu produk barang dan jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan dari individu, kelompok dan organisasi. | 1.*Product choice* (pilihan produk)  2.*Brand choice* (pilihan merek)  3.*Purchase amount* (jumlah pembelian atau kuantitas)  4.*Purchase timing* (waktu pembelian)  5.*Payment method* (metode pembayaran).  Sumber:  Indrasari (2019) | Likert |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

**3.5 Skala Pengukuran Variabel**

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Husein (2019). Skala *Likert* menggunakan lima tingkatan jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3.3**

**Skor Pendapat Responden**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Skala** | **Skor** |
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Kurang Setuju (KS) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

**3.6 Instrumen Penelitian**

**3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas menurut Husein (2019), digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihapus atau diganti karena tidak mengukur yang hendak diukur. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur Dalam pengambilan kepuasan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment.*

**Tabel 3.4**

**Hasil Uji Validitas**

| **Variabel** | **Indikator** | **Correlation Pearson** | **Kriteria Pengukuran Nilai** | **Status** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gaya Hidup  (X1) | Aktivitas (*Activities*) | 0,836 | 0,3673 | Valid |
| Minat (*Interest*) | 0,808 | 0,3673 | Valid |
| Pendapat (*Opinion*) | 0,706 | 0,3673 | Valid |
| Varian Produk  (X2) | Ciri suatu produk | 0,928 | 0,3673 | Valid |
| Ukuran Produk | 0,903 | 0,3673 | Valid |
| Harga Produk | 0,863 | 0,3673 | Valid |
| Penampilan Produk | 0,855 | 0,3673 | Valid |
| Atribut Produk | 0,915 | 0,3673 | Valid |
| Pelayanan  (X3) | Bukti Fisik | 0,944 | 0,3673 | Valid |
| Empati | 0,766 | 0,3673 | Valid |
| Keandalan | 0,941 | 0,3673 | Valid |
| Daya tanggap | 0,901 | 0,3673 | Valid |
| Keputusan Pembelian  (Y) | Pilihan produk | 0,933 | 0,3673 | Valid |
| Pilihan merek | 0,818 | 0,3673 | Valid |
| Jumlah pembelian atau kuantitas | 0,660 | 0,3673 | Valid |
| Waktu pembelian | 0,846 | 0,3673 | Valid |
| Metode pembayaran | 0,841 | 0,3673 | Valid |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 3.4 diperoleh bahwa pengujian dari seluruh pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,3673. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari gaya hidup, varian produk, pelayanan dan keputusan pembelian yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

**3.6.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Husein (2019) “Uji reabilitas adalah metode pengujian yang digunakan untuk menetapkan apakah instrument dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi”.

**Tabel 3.5**

**Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | ***Cronbach Alpha*** | **Kriteria Pengukuran Nilai** | **Keterangan** |
| Gaya Hidup  (X1) | 0,680 | 0,6 | Reliabel |
| Varian Produk  (X2) | 0,936 | 0,6 | Reliabel |
| Pelayanan  (X3) | 0,910 | 0,6 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian  (Y) | 0,880 | 0,6 | Reliabel |

Sumber : Hasil Penelitian, 2024

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, semua variabel penelitian adalah reliabel/handal karena *Cronbach* *Alpha* lebih besar dari 0,60, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas (*reliable)* dan dapat dipakai sebagai alat ukur.

**3.7 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2019) ada dua jenis data dan sumber data yaitu:

1. **Observasi**

Menurut Sugiyono (2019), Observasi merupakan suatu kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data melalui observasi digunakan bila, penelitian berkenan dengan prilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam apabila respoden yang diamati tidak terlalu besar.

**2. Kuesioner**

Pendapat Sugiyono (2019) menyatakan kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah di rumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatatjawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang di definisikan dengan jelas. Kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien karena studi yang bersifat deskriptif atau eksplanatori.

**3.8 Uji Asumsi Klasik**

**3.8.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik, (Sujarweni, 2019). Dasar pengambilan keputusan adalah sebaga berikut:

* 1. jika data menyebar disekitas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
  2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

**3.8.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residualnya (*SRESID*). Jika ada titik-titik membentuk polat tertentu yang teratur seperti bergelombang melebar kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tetentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, (Sujarweni, 2019).

**3.8.3** **Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol, (Sujarweni, 2019).

Multikolenieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflationfactor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena VIF=1/ *tolerance)* dan menunjukkan adaanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10, (Sujarweni, 2019).

###### **3.9 Teknik Analisis Data**

**3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Sugiyono, 2019). Analisis deskriptif digunakan juga untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi, dan sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data

Analisis statistika yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Nilai minimum yaitu nilai terendah atau terkecil yang dijawab responden dalam kuesioner penelitian.
2. Nilai maksimum yaitu nilai tertinggi atau terbesar yang dijawab responden dalam kuesioner penelitian.
3. Mean (pengukuran tendensi sentral) yaitu nilai rata-rata dari jawaban responden atas pertanyaan kuesioner penelitian.
4. Perhitungan penyebaran data melalui rata-rata, standar deviasi, dan perhitungan persentase.

**3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisi regresi linier berganda ini digunakan untuk menguji hubungan/ kolerasi/pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, yaitu pengaruh gaya hidup, varian produk dan layanan terhadap keputusan pembeli di Lucha Coffe Medan Johor:

Y = a +b1 X1 + b2 X2 + b3 X3 + e

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta Persamaan Regresi

b1b2 b3 :Koefisien Regresi

X1 :Gaya Hidup

X2 :Varian Produk

X3 :Pelayanan

e :Error

**3.9.3 Uji t (Parsial)**

Menurut Sugiyono (2019), uji t pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya.

**3.9.4 Uji F (Simultan)**

Sugiyono (2019), mengemukakan uji F pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh terhadap variabel terkait atau dependen. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan.

**3.9.5 Uji Determinasi ( )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup (X1), varian produk (X2), pelayanan (X3)terhadap keputusan pembelian (Y). Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

Jika D mendekati nilai 0, berarti pengaruh independen atau variabel gaya hidup (X1), varian produk (X2), pelayanan (X3) terhadap dependen atau variabel keputusan pembelian (Y) adalah lemah.

Jika D mendekati nilai 1, berarti pengaruh independen atau variabel gaya hidup (X1), varian produk (X2), pelayanan (X3) terhadap dependen atau variabel keputusan pembelian (Y) adalah kuat.