

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2017) “Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis”.

Pada penelitian ini, rancangan penelitian yang akan dilakukan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, *electronic word of mouth (e-wom)* terhadap keputusan pembelian dengan metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis korelasional. Menurut Best dalam Kusumawati (2015) penelitian deskriptif adalah salah satu jenis metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan obyek sesuai apa adanya. Sedangkan menurut Sugiyono (2017) metode deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Penelitian korelasional menurut Arikunto (2016) adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang sudah ada.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2017) mengatakan variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas (*Independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*), sebagai berikut:

1. Variabel *Independent*

Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa variabel bebas (*Independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel (*dependent*). Adapun variabel bebas yang digunakan pada penelitian yaitu gaya hidup (X1) dan *electronic word of mouth (e-wom)* (X2).

2. Variabel *Dependent*

Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel *independent*. Adapun variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dituangkan dalam table berikut :

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Definisi | Indikator | No. Item | Skala |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|
| Gaya Hidup (X1) | Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). (Marwah et al., 2018) | 1. Aktivitas (<i>Activities</i>) 2. Minat (<i>Interest</i>) 3. Opini (<i>Opinion</i>) (Puranda dan Madiawati, 2017) | 1-2 3-4 5-6 | Interval |

| | | | | |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------|
| <p><i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> (X2)</p> | <p><i>Electronic word of mouth</i> adalah pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh pelanggan potensial, aktual, atau pelanggan sebelumnya tentang produk atau perusahaan yang disediakan bagi banyak orang. (Lin et al., 2013)</p> | <p>1. Intensitas. 2. Konten. 3. Pendapat positif. 4. Pendapat negatif. (Novita Sari et al., 2017)</p> | <p>1-2 3-4 5-6 7-8</p> | <p>Interval</p> |
| <p>Keputusan Pembelian (Y)</p> | <p>Keputusan pembelian adalah bagaimana konsumen memutuskan alternatif pilihan yang akan dipilih, serta meliputi keputusan mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. (Ujang Sumarwan, 2015)</p> | <p>1. Pilihan Produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran (Kotler dan Keller, 2018)</p> | <p>1-2 3-4 5-6 7-8 9-10 11-12</p> | <p>Interval</p> |

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) menjelaskan mengenai pengertian populasi yaitu “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi juga bukan sekedar

jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kuningan yang berkunjung pada Café D'Lamping Kidang Coffee and View.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sampel terdiri dari sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, maka penarikan sampel dilakukan tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi. Hal ini karena adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe (dalam Sugiyono, 2017) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Sampel yang digunakan untuk data dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kuningan, untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus Lameshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lameshow yaitu :

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah perhitungan 96,04. Maka sampel minimal dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan cara teknik *purposive sampling*. Menurut Turner (2020) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika peneliti sudah mempunyai target individu dengan karakteristik yang sesuai dengan penelitian. Sampel yang dijadikan data dalam penelitian ini adalah sebagian dari masyarakat Kabupaten Kuningan yang berkunjung pada Café D'Lamping Kidang Coffee and View.

3.4 Jenis Data dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Menurut Arikunto (2016) data adalah hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta maupun angka. Adapun jenis data dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi dinyatakan dengan bilangan atau bentuk angka. Data kuantitatif yang diperoleh pada penelitian ini adalah data primer yang berupa hasil melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada masyarakat Kabupaten Kuningan yang menjadi sampel dalam penelitian.

3.4.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner yang diedarkan pada konsumen Kabupaten Kuningan yang berkunjung pada Café D'Lamping Kidang Coffee and View.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada seperti catatan atau dokumentasi dari Café D'Lamping Kidang Coffee and View serta penjelasan dan keterangan dari pihak manajemen café.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber yang diperoleh penulis dengan menggunakan beberapa Teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian secara langsung ke tempat penelitian dengan maksud memperoleh data primer yang mendukung. Adapun langkah-langkah dalam pengelompokan data primer menurut Sugiyono (2017) adalah dengan cara sebagai berikut :

1) Observasi

Suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati dan meninjau secara langsung ke perusahaan yang diteliti.

2) Wawancara

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pihak yang berwenang serta berhubungan dengan objek yang diteliti.

3) Kuesioner

Suatu teknik pengumpulan data dengan menggunakan lembar isian yang didalamnya berisi pertanyaan dan pernyataan yang dapat mengolah data kualitatif menjadi data kuantitatif dengan pengujian hipotesis.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang mengumpulkan data dan informasi dari literatur-literatur yang ada untuk ditelaah. Penelitian ini dapat digunakan untuk mendapatkan data-data sekunder sebagai bahan penelitian. Data sekunder tersebut di analisis yang kemudian diambil kesimpulan dan saran-saran.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan penyebaran kuesioner (angket) kepada responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan, yang sudah ditetapkan dengan penyebaran berbagai pernyataan terkait dengan penelitian. Data yang terkumpul akan digunakan sebagai bahan untuk memecahkan masalah yang ada.

Dalam penelitian ini kuesioner dibuat dengan menggunakan skala interval. Menurut Sugiyono (2017) skala interval adalah alat pengukur data yang dapat menghasilkan data yang memiliki rentang nilai yang mempunyai makna, walaupun

nilai absolutnya kurang bermakna. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner langsung yang tertutup karena responden akan memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Kuesioner yang akan disebar menggunakan kriteria jawaban sangat tidak setuju-sangat setuju dalam rentang nilai 1 sampai 10.

Tabel 3. 2
Kategori Skala Interval

| | | | | | | | | | |
|---------------------|---|---|---|---|---------------|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Sangat tidak setuju | | | | | Sangat setuju | | | | |

Sumber : Sugiyono, 2017

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya penelitian. Menurut Ghazali (2016) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.

Pada penelitian ini, menggunakan instrumen pengumpulan yang berupa item-item yang berbentuk pernyataan dalam kuesioner. Cara menguji validitas yaitu dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*) 23 for windows. Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Syarat suatu instrument dikatakan valid adalah jika pada tingkat signifikan 5% nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sebaliknya jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan di dalam penelitian.

Rumus korelasi product moment yang menurut Arikunto, (2016) sebagai berikut

$$r_{xy} = \frac{\frac{\sum xy - \{\sum x\}\{\sum y\}}{N}}{\sqrt{\left\{ \frac{\sum X^2 - (\sum X)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum Y^2 - (\sum Y)^2}{N} \right\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi antara x dan y
- N = jumlah subjek
- X = skor item
- Y = skor total
- $\sum X$ = jumlah skor items
- $\sum Y$ = jumlah skor total
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor item
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor total

Adapun cara perhitungan uji validitas yaitu menggunakan bantuan r tabel dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai (Sig < 0,05) maka kuesioner dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan nilai (Sig > 0,05) maka kuesioner dikatakan tidak valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas kuesioner yang dilakukan pada 30 responden. Dimana r tabel dapat diperoleh melalui $df = 30 - 2 = 28$, maka r tabel = 0,361 dengan syarat signifikan 0,05, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1)

| No. | Item | Nilai r Hitung | Nilai r Tabel | Sig | Keterangan |
|-----|--------|----------------|---------------|-------|------------|
| 1 | Item 1 | 0,845 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 2 | Item 2 | 0,743 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 3 | Item 3 | 0,885 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 4 | Item 4 | 0,876 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 5 | Item 5 | 0,868 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 6 | Item 6 | 0,889 | 0,361 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data diolah melalui SPSS versi 23, 2024

Berdasarkan tabel 3.3 diatas dapat dilihat setelah dilakukan uji validitas terhadap 30 responden bahwa dari 6 item pernyataan variabel gaya hidup memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dan nilai sig $<$ 0,05. Artinya seluruh item pernyataan pada variabel gaya hidup dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas *Electronic Word Of Mouth* (X2)

| No. | Item | Nilai r Hitung | Nilai r Tabel | Sig | Keterangan |
|------------|-------------|-----------------------|----------------------|------------|-------------------|
| 1 | Item 1 | 0,677 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 2 | Item 2 | 0,730 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 3 | Item 3 | 0,783 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 4 | Item 4 | 0,882 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 5 | Item 5 | 0,871 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 6 | Item 6 | 0,826 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 7 | Item 7 | 0,677 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 8 | Item 8 | 0,844 | 0,361 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data diolah melalui SPSS versi 23, 2024

Berdasarkan tabel 3.4 diatas dapat dilihat setelah dilakukan uji validitas terhadap 30 responden bahwa dari 8 item pernyataan variabel *electronic word of mouth* memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dan nilai sig $<$ 0,05. Artinya seluruh item pernyataan pada variabel *electronic word of mouth* dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

| No. | Item | Nilai r Hitung | Nilai r Tabel | Sig | Keterangan |
|-----|---------|----------------|---------------|-------|------------|
| 1 | Item 1 | 0,735 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 2 | Item 2 | 0,855 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 3 | Item 3 | 0,870 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 4 | Item 4 | 0,875 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 5 | Item 5 | 0,883 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 6 | Item 6 | 0,831 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 7 | Item 7 | 0,811 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 8 | Item 8 | 0,699 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 9 | Item 9 | 0,809 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 10 | Item 10 | 0,840 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 11 | Item 11 | 0,906 | 0,361 | 0,000 | Valid |
| 12 | Item 12 | 0,933 | 0,361 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data diolah melalui SPSS versi 23, 2024

Berdasarkan tabel 3.5 diatas dapat dilihat setelah dilakukan uji validitas terhadap 30 responden bahwa dari 12 item pernyataan variabel keputusan pembelian memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dan nilai sig $<$ 0,05. Artinya seluruh item pernyataan pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen memiliki indeks kepercayaan yang baik jika diujikan berulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronbach*, karena teknik ini menentukan apakah suatu

instrument penelitian dapat diandalkan atau tidak, bila responden memberikan jawaban berbentuk skala yang menginterpretasikan penilaian sikap. Menurut Nunally dalam Ghozali Imam (dalam Irmaya & Sirait, 2017) menyatakan bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, kriteria yang digunakan adalah :

1. Variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.
2. Variabel dinyatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60.

Berdasarkan hasil pengujian uji reliabilitas dari kuesioner yang dilakukan pada 30 responden diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .924 | 6 |

Sumber: Data diolah melalui SPSS versi 23, 2024

Berdasarkan tabel 3.6 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas pada variabel gaya hidup diperoleh nilai *Cronbach Alpha* 0,924 > 0,60, sehingga variabel gaya hidup dinyatakan reliabel, terpercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian dan mampu menghasilkan jawaban yang konsisten.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas *Electronic Word Of Mouth* (X2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .905 | 8 |

Sumber: Data diolah melalui SPSS versi 23, 2024

Berdasarkan tabel 3.7 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas pada variabel *electronic word of mouth* diperoleh nilai *Cronbach Alpha* 0,905 > 0,60, sehingga variabel *electronic word of mouth* dinyatakan reliabel, terpercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian dan mampu menghasilkan jawaban yang konsisten.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .959 | 12 |

Sumber: Data diolah melalui SPSS versi 23, 2024

Berdasarkan tabel 3.8 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas pada variabel keputusan pembelian diperoleh nilai *Cronbach Alpha* 0,959 > 0,60, sehingga variabel keputusan pembelian dinyatakan reliabel, terpercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian dan mampu menghasilkan jawaban yang konsisten.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono:2017). Analisis ini berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan atau melakukan penarikan kesimpulan. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui persepsi terhadap gaya hidup (X1) dan *electronic word of mouth (e-wom)* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antar skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan. Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi antar nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dan dikalikan jumlah responden, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\% Skor = \frac{Skor \text{ aktual}}{Skor Ideal} \times 100 \%$$

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal tersebut dikontribusikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.9
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

| No | % Jumlah Skor | Kriteria |
|----|---------------|-------------|
| 1 | 20.00 – 36.00 | Tidak Baik |
| 2 | 36.01 – 52.00 | Kurang Baik |
| 3 | 52.01 – 68.00 | Cukup |
| 4 | 68.01 – 84.00 | Baik |
| 5 | 84.01 - 100 | Sangat Baik |

(Sumber: Umi Narimawati, 2007:84)

Untuk mengetahui bagaimana gambaran mengenai Gaya Hidup (X1) dan *Electronic Word Of Mouth* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dihitung dengan menggunakan terknik persentase sebagai berikut :

- a. Menghitung skor ideal dengan cara mengalikan jumlah item dengan nilai tertinggi pada angket.
- b. Menentukan skor atas, tengah, bawah dalam tiga kategori, yaitu :
 - 33% skor atas = kategori tinggi
 - 33% skor tengah = kategori sedang
 - 33% skor bawah = kategori rendah
- c. Menghitung jumlah jawaban responden yang termasuk ke dalam kategori tinggi, sedang, rendah terhadap masing-masing variabel, kemudian di presentasikan.
- d. Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan menggunakan rumus :

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

Keterangan :

SK = Skor Kriterium

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

Membandingkan jumlah skor hasil angket untuk variabel X dan variabel Y dengan jumlah skor kriterium variabel X dan variabel Y. untuk mencari jumlah skor hasil angket dengan menggunakan rumus :

$$\sum_{i=1}^n = X_1 + X_2 + \dots + X_n$$

Setelah diketahui kriterium dan skor hasil angket kemudian dimasukan ke dalam rumus sebagai berikut :

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor Ideal}} \times 100 \%$$

Menentukan daerah kriterium menjadi 3 (tiga) tingkatan yaitu rendah, sedang, tinggi, berdasarkan perhitungan di atas, maka akan diperoleh persentase sebagai berikut :

1) Presentase ideal yaitu : 100%, selanjutnya $100\% : 3 = 33,3 \%$

2) Nilai 33,3% dijadikan selisih untuk tiap tingkatan sehingga menjadi :

$$\text{Daerah rendah} = 0 + 33,3\% = 33,3\%$$

$$\text{Daerah sedang} = 33,3\% + 33,3\% = 66,67\%$$

$$\text{Daerah rendah} = 66,67\% + 33,3\% = 100\%$$

3) Dari perhitungan di atas, dapat ditentukan daerah kriterium menjadi beberapa bagian (berdasarkan hasil pembulatan) yaitu :

$$\text{Daerah rendah pada interval} = 0 - 33\%$$

$$\text{Daerah sedang pada interval} = 34\% - 67\%$$

$$\text{Daerah tinggi pada interval} = 68\% - 100\%$$

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji ini dilakukan setelah melakukan analisa Regresi dan Koefisien Determinasi. Uji Asumsi Klasik terdiri dari :

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Imam Ghozali,

2018). Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*, dengan uji ini dapat diketahui data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak.

Menurut Suliyanto (2011) dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* adalah dengan melihat nilai asymptotic significancy pada tabel output yaitu sebagai berikut :

Jika Asymp.Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Jika Asymp.Sig < 0.05 maka data berdistribusi tidak normal.

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terjadi multikolinieritas atau tidak. Uji yang digunakan dengan teknik korelasi product moment. Interpretasinya adalah jika harga interkorelasi antar variabel bebas lebih dari atau sama dengan 0,800 berarti antar variabel tersebut terjadi multikolinieritas, demikian juga sebaliknya. Ada beberapa metode lain selain metode diatas yaitu dengan melihat nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) dan *Tolerance* pada proses regresi biasa, jika keduanya mendekati 1 atau besaran VIF kurang dari 10 maka model tidak terkena multikolonieritas.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolut residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Model yang dapat digunakan untuk menguji uji heteroskedastisitas dengan uji glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika nilai signifikansi (Sig) > 0.05, maka kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika nilai signifikansi (Sig) < 0.05, maka kesimpulannya terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Suliyanto (2011) analisis regresi berganda adalah jumlah variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel bebas lebih dari satu. Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

X_1 = gaya hidup

X_2 = *electronic word of mouth* (e-wom)

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel kemasan

β_2 = koefisien regresi variabel citra merek

e = pengganggu (*error*)

Uji regresi linier berganda dalam penelitian ini selanjutnya akan dihitung menggunakan rumus regresi pada program aplikasi SPSS.

3.9 Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali Imam (2018) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini perhitungan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel bebas (gaya hidup dan *electronic word of mouth*) dalam menjelaskan variabel terikat (keputusan pembelian).

Koefisien Determinasi biasanya dinyatakan dalam persentase. Rumusnya adalah sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2017)

Keterangan :

kd = Koefisien determinasi

rs = Koefisien korelasi

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali Imam (2018) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Langkah-langkah untuk melakukan uji f adalah :

1. Menentukan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1)

H_0 = secara simultan tidak ada pengaruh dari gaya hidup dan *electronic word of mouth* (*e-wom*) terhadap keputusan pembelian.

H_1 = secara simultan ada pengaruh dari gaya hidup dan *electronic word of mouth* (*e-wom*) terhadap keputusan pembelian.

2. Menentukan Resiko Kesalahan (Tarif Signifikan)

Tarif signifikan atau α (*alpha*) yang digunakan dalam penelitian adalah 5% (0,05).

3. Menentukan F_{hitung}

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

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

k = banyaknya variabel independen

n = banyaknya ukuran sampel

4. Menentukan Kriteria Uji F

H_0 diterima jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $sig. \geq 0,05$

H_1 diterima jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$

5. Membuat Kesimpulan

Jika H_0 diterima maka secara simultan tidak ada pengaruh dari gaya hidup dan *electronic word of mouth (e-wom)* terhadap keputusan pembelian.

Jika H_1 secara simultan ada pengaruh dari gaya hidup dan *electronic word of mouth (e-wom)* terhadap keputusan pembelian.

3.10.2 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali Imam (2018) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Langkah-langkah untuk melakukan uji t adalah :

1. Menentukan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1)

a. Hipotesis 1

$H_0 : \beta_i \leq 0$: gaya hidup tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_i > 0$: gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

b. Hipotesis 2

$H_0 : \beta_i \leq 0$: *electronic word of mouth (e-wom)* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_i > 0$: *electronic word of mouth (e-wom)* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Menentukan Resiko Kesalahan (Tarif Signifikan)

Tarif signifikan atau α (*alpha*) yang digunakan dalam penelitian adalah 5% (0,05).

3. Menentukan t_{hitung}

Rumus yang digunakan dalam menghitung nilai t adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Uji statistik hitung

r = Nilai korelasi

n = Banyaknya sampel

4. Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan yaitu 5% dengan derajat kebebasan $df = n - k$, dimana n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variable independent.

5. Menentukan Kriteria Uji t

H_0 diterima jika nilai $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq$ atau t_{tabel} atau sig. $\geq 0,05$ H_1

diterima jika nilai $t_{tabel} > t_{hitung} >$ atau t_{tabel} atau sig. $< 0,05$

6. Membuat Kesimpulan

Jika H_0 diterima maka tidak ada pengaruh positif dari gaya hidup dan *electronic word of mouth (e-wom)* terhadap keputusan pembelian.

Jika H_1 diterima maka ada pengaruh positif dari gaya hidup dan *electronic word of mouth (e-wom)* terhadap keputusan pembelian.