

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 2), metode penelitian adalah pendekatan ilmiah untuk memperoleh data dengan maksud dan manfaat tertentu.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Dalam metode ini, data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian dan dianalisis secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2024, p. 16).

#### **3.2. Objek dan Subjek Penelitian**

##### **3.2.1. Objek Penelitian**

Menurut (Azhari et al., 2023, p. 99), objek penelitian merupakan karakteristik atau keadaan dari suatu benda atau orang yang menjadi fokus dan tujuan dalam sebuah penelitian. Karakteristik atau keadaan tersebut bisa mencakup berbagai aspek, seperti sifat, kuantitas, dan kualitas, yang

meliputi perilaku, aktivitas, pendapat, pandangan, penilaian, sikap baik dan buruk, simpatik dan antipatik, keadaan emosional, serta proses-proses tertentu. Objek dalam penelitian ini adalah Craveat *Healthy Food*, terkait variabel Gaya Hidup, Motivasi, Kepribadian, dan Persepsi terhadap Keputusan Pembelian

### **3.2.2. Subjek Penelitian**

Menurut (Azhari et al., 2023, p. 99), subjek penelitian adalah individu, objek, atau organisme yang menyediakan informasi yang diperlukan untuk pengumpulan data dalam penelitian. Istilah lain yang sering digunakan untuk merujuk pada subjek penelitian adalah responden, yaitu orang yang memberikan tanggapan terhadap perlakuan yang diberikan kepadanya. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Craveat, minimal satu kali pembelian.

## **3.3. Teknik Pengambilan Sampel**

### **3.3.1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 126), populasi merupakan objek atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Craveat *healthy food* pada tahun 2021-2024 sebanyak 1.177 pembeli.

### 3.3.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 127) , sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang ada dalam populasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *nonprobability sampling*.

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 131), *nonprobability Sampling* adalah metode pemilihan sampel di mana tidak semua elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Metode ini mencakup teknik-teknik seperti sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, dan snowball. Serta metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Populasi pada sampel menggunakan data pembeli pada tahun 2024 sebanyak 300 pembeli.

Menurut Slovin dalam (Bahri, 2019, p. 74), menentukan pendekatan tentang jumlah sampel yang perlu diambil untuk suatu populasi tertentu dengan memasukkan unsur kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi dinyatakan dalam prosentase, misalnya 5%. Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + N e)^2}$$

Sumber: (Bahri, 2019)

Keterangan:

n: Jumlah sampel minimal

N: Jumlah populasi

e: Presentase kelonggaran ketidak telitian

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0,05)^2}$$

$$n = 171 \text{ Responden}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 171 responden pada

*Craveat healthy food.*

### 3.4. Jenis Data

#### 3.4.1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 194) , data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber informasi yang secara langsung menyediakan data kepada pihak yang melakukan pengumpulan informasi tersebut. Dengan kata lain, data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, atau survei yang dilakukan oleh peneliti itu sendiri, tanpa melalui perantara atau sumber lain. Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan yaitu hasil wawancara serta hasil pengisian kuesioner konsumen yang pernah membeli produk *Craveat Healthy Food.*

#### 3.4.2. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 194), data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung dari sumber asal, melainkan melalui perantara

seperti orang lain atau dokumen. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dari artikel dan buku-buku serta jurnal terdahulu yang berkaitan dengan dengan pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Kepribadian dan Persepsi terhadap Keputusan Pembelian pada Craveat *Healthy Food*.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 194), ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpul data. Kualitas instrumen penelitian terkait dengan validitas dan reliabilitasnya, sementara kualitas pengumpulan data berkaitan dengan ketepatan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dengan demikian, meskipun instrumen telah terbukti valid dan reliabel, data yang dihasilkan belum tentu valid dan reliabel jika instrumen tersebut tidak digunakan dengan benar dalam proses pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Berdasarkan pembahasan diatas, ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### **3.5.1. Wawancara (*interview*)**

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 195), wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi awal untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diteliti, atau ketika peneliti ingin

mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari responden, Teknik ini bergantung pada laporan dari individu itu sendiri atau self-report, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi responden.

### 3.5.2. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 199), kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini efektif jika peneliti sudah menentukan dengan jelas variabel yang akan diukur dan memahami apa yang diharapkan dari responden. Penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert dalam kuisisioner pengumpulan data. skala *Likert* digunakan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah diidentifikasi secara spesifik oleh peneliti dan kemudian disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2024, p. 146). Berikut merupakan tabel skala *Likert* dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Peneliti, 2024

### 3.6. Definisi Operasional

**Tabel 3. 2 Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	Individu yang berasal dari latar belakang budaya, kelas sosial, atau jenis pekerjaan yang sama mungkin memiliki gaya hidup yang sangat berbeda satu sama lain. Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang yang tercermin melalui berbagai aktivitas, minat, dan pandangan mereka (Keller Kotler, 2021).	Menurut (Harahap et al., 2024)  1. Kegiatan 2. Minat 3. Opini 4. Demografi	Likert
2.	Motivasi (X <sub>2</sub> )	Motivasi dapat dipahami sebagai sebuah proses yang mempengaruhi seberapa kuat dorongan seseorang, arah tujuan yang mereka pilih, dan seberapa gigih mereka berusaha untuk mencapainya (Andrian, 2022).	Menurut Schiffman Dan Kanuk (Febriyanti et.al dalam Alfonsius, 2023, p. 138)  1. Kebutuhan akan produk 2. Kenyamanan yang didapatkan 3. Kepuasan yang didapatkan	Likert
3.	Kepribadian (X <sub>3</sub> )	Kepribadian dapat diartikan sebagai setiap individu yang memiliki kepribadian yang unik, yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian mereka (Samsiyah, 2023, p. 3)	Menurut McCrae dan Costa dalam (Harahap et al., 2024, p. 85)  1. <i>Agreeableness</i> 2. <i>Conscientiousnes</i>	Likert

			<p>3. <i>Extraversion</i>  4. <i>Neuroticism</i>  5. <i>Openness to experience</i>.</p>	
4.	Persepsi (X <sub>4</sub> )	Persepsi adalah perilaku konsumen terhadap suatu produk merupakan tindakan dalam menafsirkan mutu, fungsi dan manfaat yang ditawarkan kepadanya, sehingga konsumen memiliki gambaran tersendiri tentang bagaimana dampak dari produk tersebut apabila digunakan (Irwansyah et al., 2021, p. 110).	<p>Menurut (Priansa, 2021, p. 154),</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penginderaan (Sensation)</li> <li>2. Atensi</li> <li>3. Interpretasi</li> </ol>	Likert
5.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses di mana seseorang menilai berbagai opsi yang tersedia dan akhirnya memilih satu produk dari sekian banyak alternatif. Proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk atau jasa dimulai dengan kesadaran akan kebutuhan atau keinginan tertentu (Irwansyah et al., 2021)	<p>Menurut Kotler dalam (Nurhayati, 2023, p. 42)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan pada sebuah produk</li> <li>2. Kebiasaan dalam membeli produk</li> <li>3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>4. Melakukan pembelian ulang</li> </ol>	Likert

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2024

### 3.7. Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2024, p. 206), dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber lain terkumpul. Proses analisis data meliputi: pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, penataan data dalam tabel sesuai variabel dari seluruh responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Namun, untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak perlu dilakukan.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan analisis kuantitatif. Pengolahan data menggunakan metode statistik dan proses perhitungan dibantu oleh program SPSS (*Statistical Program For Social Science*). Berikut adalah jenis-jenis analisis yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 3.7.1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 66), uji validitas digunakan untuk menilai apakah kuesioner itu sah atau tidak. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan aspek yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas menentukan apakah instrumen tersebut valid dengan mengikuti kriteria-kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai  $r_{hitung}$  melebihi nilai  $r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dianggap valid.

- 2) Apabila nilai  $r_{hitung}$  kurang dari nilai  $r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dianggap tidak valid.

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 61), uji reliabilitas berfungsi untuk menilai konsistensi kuesioner yang mengukur indikator dari variabel atau konstruk tertentu. Sebuah kuesioner dianggap reliabel atau andal jika respons seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten dan stabil seiring waktu. Uji reliabilitas biasanya diukur dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, jika nilai Alpha lebih besar dari 0,70, maka konstruk atau variabel tersebut dapat dianggap reliabel.

### 3.7.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.3.1. Uji Multikolonieritas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 157), uji multikolonieritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah ada korelasi di antara variabel-variabel independent dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independennya. Jika variabel-variabel independen saling berhubungan, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal atau bernilai nol. Pemeriksaan multikolonieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Untuk

menentukan apakah terdapat multikolonieritas dalam model regresi, perhatikan kriteria berikut:

1. Jika nilai tolerance  $\leq 0,10$  dan nilai VIF  $\geq 10$ , maka ada indikasi multikolonieritas antara variabel independen dalam model
2. Jika nilai tolerance  $\geq 0,10$  dan nilai  $\leq$  VIF 10, maka tidak ada indikasi multikolonieritas antara variabel independen dalam model.

### 3.7.3.2. Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2021, p. 162), uji autokorelasi bertujuan untuk menentukan apakah ada hubungan antara kesalahan gangguan pada periode  $t$  dengan kesalahan gangguan pada periode  $t-1$  (sebelumnya) dalam model regresi linier. Masalah autokorelasi umumnya muncul dalam data beruntun (*time series*), sementara masalah ini jarang terjadi pada silang waktu (*cross section*). Regresi yang baik seharusnya tidak mengalami autokorelasi.

Untuk mendeteksi adanya autokorelasi, digunakan uji *Durbin-Watson* (DW test) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $0 < d < d_l$ , maka terdapat autokorelasi positif.
2. Jika  $d_l \leq d \leq d_u$ , maka tidak dapat disimpulkan.
3. Jika  $4 - d_l < d < 4$ , maka terdapat autokorelasi negatif.
4. Jika  $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$ , maka tidak dapat disimpulkan.

5. Jika  $du < d < 4 - du$ , maka tidak dapat autokorelasi positif dan negatif.

### 3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021, p. 178), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya. Jika varians residual tetap konstan di seluruh pengamatan, model dikatakan homoskedastis, sementara jika variansnya bervariasi, disebut heteroskedastis. Model regresi yang ideal adalah yang homoskedastisitas. Data *cross-section* sering mengalami heteroskedastisitas karena mencakup data dari berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan memeriksa grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen), yang disebut ZPRED dan residualnya SRESID. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola pada scatterplot antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y mewakili nilai yang diprediksi dan sumbu X adalah residual (selisih antara nilai prediksi dan nilai sebenarnya) yang telah dis-studentized. Dasar analisis:

1. Jika terlihat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola beraturan (misalnya bergelombang atau melebar kemudian menyempit), ini menandakan adanya heteroskedastisitas
2. Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas.

#### **3.7.3.4. Uji Normalitas**

Menurut (Ghozali, 2021, p.196), uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa residual terdistribusi normal, dan jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka uji statistik tersebut menjadi tidak valid, terutama untuk sampel kecil. Ada dua metode untuk memeriksa apakah residual berdistribusi normal, yaitu analisis grafik dan uji statistik. Jika nilai signifikansi atau probabilitas lebih dari 0,05 berarti data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi atau probabilitas kurang dari 0,05 data dianggap tidak berdistribusi normal.

#### **3.7.4. Uji Regresi Linier Berganda**

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linear (Sujarweni, 2019, p. 227). Persamaan

regresi linier berganda yang digunakan untuk analisis ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Gaya Hidup

$X_2$  = Motivasi

$X_3$  = Atribut Produk

$X_4$  = Media sosial

$e$  = Error

### 3.7.5. Uji Hipotesis

#### 3.7.5.1. Uji Statistik t (Uji t)

Menurut Ghozali dalam (Sujarweni, 2019, p. 229), uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel independen.

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 229), apabila nilai probabilitas signifikasinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen.

Hipotesis diterima jika taraf signifikan ( $\alpha$ )  $< 0,05$  dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan ( $\alpha$ )  $> 0,05$ .

Kriteria:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Dalam penelitian ini, uji t menggunakan rumus  $df = n - k$ . dengan  $t_{tabel}$  sebesar  $\alpha = 5\%$  (0,05), dimana  $n$  merupakan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, dan  $k$  merupakan jumlah variabel terikat dan bebas yang digunakan dalam penelitian ini.

### 3.7.5.2. Uji Statistik F

Menurut (Sujarweni, 2019, p. 228), signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap dependen. Uji F-statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Kriteria:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dalam penelitian ini memperoleh Ftabel dengan menggunakan rumus  $df_1=k-1$  dan  $df_2=n-k$ . Dimana k merupakan jumlah variabel terikat dan bebas yang digunakan dalam penelitian ini, dan n merupakan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

### **3.7.6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut (Ghozali, 2021, p. 147), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara nol hingga satu. Nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sementara nilai  $R^2$  yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hampir sepenuhnya menjelaskan variasi dalam variabel dependen.