

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif kausalitas dikutip dari Ameliani (2022) menyatakan penelitian kausalitas adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal merupakan hubungan sebab-akibat dimana variabel bebas (independen) mempengaruhi variabel terikat (dependen).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sugiyono (2018:117) dari jurnal Sukmawati dkk (2022) menyatakan populasi adalah wilayah yang terdiri dari subyek/obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2019-2021 di STIE Malangkucecwara yang berjumlah sebanyak 500 mahasiswa/i.

3.2.2 Sampel

Sugiyono (2018:118) menyatakan sampel adalah bagian yang diambil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Sugiyono (2016:85) dalam penelitian Hertina dan Wulandari (2022) menyatakan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel dilakukan dengan menentukan kriteria sebagai berikut:

| No | Kriteria |
|----|-----------------------------------------------------------------------|
| 1 | Mahasiswa/i STIE Malangkececwara Angkatan 2019-2021 |
| 2. | Mahasiswa/i STIE Malangkececwara yang menggunakan skincare skintific. |

Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus slovin:

$$n = N/1 + Ne^2$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

e= prosentase kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan

Dalam penelitian ini diambil presentase batas kesalahan toleransi 10%

Dengan demikian jika di hitung menggunakan rumus slovin :

$$n = N/1 + Ne^2$$

$$n = 500/1 + 500(10\%)^2$$

$$n = 500 /1 + 500(0,1)^2$$

$$n = 500/1 + 500(0,1)$$

$$n = 500/ 1+ 5$$

n=500/6

n=82

jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 82 Orang.

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.3.1 Variabel

Variabel merupakan sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai. Dalam penelitian ini ada dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) sebagai berikut :

Sugiyono (2019:61) menyatakan variabel independen adalah variabel - variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen yaitu:

1. Harga (X1)
2. Kualitas Produk (X2)

Sugiyono (2017) menyatakan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2018:60) dalam (Dwi dkk., 2021) menyatakan variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

| No | Definisi Operasional Variabel | Indikator |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | <p>Harga (X1)</p> <p>Harga adalah nilai dari suatu barang yang ditentukan oleh penjual.</p> | <p>Kotler dan Amstrong (2016) menyatakan ada 4 indikator harga , yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga Konsumen biasa dalam menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk pada umumnya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda mulai dari yang termurah hingga termahal. 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk Harga seringkali dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, ada konsumen yang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang dikarenakan mereka terlihat adanya perbedaan kualitas. Jika harga lebih tinggi maka konsumen cenderung beranggapan bahwa kualitasnya akan lebih baik. 3. Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen akan menentukan membeli suatu produk jika manfaat yang didapatkan atau dirasakan lebih besar atau bahkan sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. |

| | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga</p> <p>Konsumen sering kali membandingkan harga satu produk dengan produk lainnya.</p> |
| 2. | <p>Kualitas Produk Kotler dan Keller (2016:37)</p> <p>menyatakan Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya</p> | <p>Sopiah dan Sangadji (2016 : 80) menyatakan kualitas produk terdiri dari beberapa indikator yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> (kinerja) Elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. 2. Reliabilitas (keandalan) Daya tahan produk selama dikonsumsi. 3. <i>Feature</i> (fitur) Fungsi –fungsi sekunder yang ditambahkan pada suatu produk. 4. Durability (daya tahan) Suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. 5. Konsisten Menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi standar atau spesifikasi tertentu. 6. Desain Merupakan aspek emosional dalam memengaruhi kepuasan konsumen |

| | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | sehingga desain kemasan ataupun bentuk produk akan turut mempengaruhi persepsi kualitas produk tersebut. |
| 3. | Keputusan Pembelian Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu | <p>Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Habibah et al. (2018) menyatakan indikator-indikator dalam keputusan pembelian yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan produk Konsumen memiliki alasan dalam memilih suatu produk maupun jasa dalam rangka memenuhi kebutuhannya. 2. Pemilihan merek Bagaimana sebuah merek dapat diingat dan dikenali oleh konsumen melalui citra merek yang baik dan unik dalam suatu produk maupun jasa. 3. Pemilihan waktu Waktu menjadi salah satu hal yang diperhatikan konsumen, sehingga waktu berperan penting bagi konsumen untuk melakukan pembelian. 4. Pemilihan metode pembayaran Konsumen memilih metode maupun cara pembayaran atas produk yang akan dibeli. |

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

3.5 Pengukuran variabel

Untuk mengukur variabel penelitian ini maka digunakan skala likert. Sugiyono (2013, p.134) menyatakan skala likert digunakan untuk mengukir sikap, persepsi, atau sekelompok tentang fenomena sosial.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijabarkan menjadi sub indikator. Untuk keperluan kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, sebagai berikut :

| Keterangan | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Netral (N) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Tabel 3.3 Pengukuran variabel

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Sugiyono (2018;13) menyatakan data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkrit, data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa data primer. Sugiyono (2018:456) menyatakan data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data

kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2016:193) menyatakan teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian karena mempunyai tujuan utama dalam memperoleh data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Sugiyono (2018:229) menyatakan observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.

2. Kusioner atau Angket

Sugiyono (2017:142) menyatakan kusioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.8 Teknik Analisa data

3.8.1 Uji Instrument Data

1. Uji Validitas

Sugiyono (2017:267) menyatakan uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk melihat hasil pengukuran apakah konsisten atau tidak apabila alat ukur yang dapat dilakukan berulang-ulang pada objek yang sama. Pengujian reabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *alpha Cronbach*. Ghozali (2018:46) menyatakan koefisien *alpha Cronbach* > 0,70 maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel.

Sebaliknya, jika koefisien *alpha Cronbach* < 0,70 maka pertanyaan dinyatakan tidak andal.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2018) menyatakan uji multikoleniaritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013:139) menyatakan bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residural satu pengamat ke pengamat yang lain.

3. Uji Normalitas

Sugiyono (2017:239) menyatakan uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak.

3.9 Teknik Analisi Data

3.9.1 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dari dua variabel atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen.

Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$Y = a_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + E$$

Adapun Keterangannya :

Y = Keputusan Pembelian

a₀ = Konstanta

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Produk

E = error

3.9.2 Uji Ketetapan Model

1. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Ghozali (2016) menyatakan uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

2. Uji Statistik t

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Tingkat kepercayaan pengujian hasil regresi sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5%. Tingkat kritis uji t ini sebagai berikut (Ghozali,2016) :

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H₀ diterima, maka tidak ada pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan < 0.05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Maka terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen.