

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2018) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivism untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian ini adalah penelitian *eksplanatory* yaitu penelitian yang menjelaskan posisi antara variabel yang diteliti serta hubungan antar variabel satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

#### **3.2 Subyek Dan Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini subjek yang dijadikan penelitian adalah konsumen kosmetik. Sedangkan Obyek penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Jombang

#### **3.3 Definisi Operasional**

Menurut (Sugiyono, 2019), definisi variabel penelitian adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti. Variabel

dapat diteliti sehingga menghasilkan data yang bersifat kategori :data atau nominal, data kontinum : ordinal, interval dan ratio. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari variabel yang terdiri dari variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian, variabel independen (X1) adalah Kualitas Produk dan independen (X2) adalah Promosi.

Definisi operasional dari tiga variabel tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Proses Keputusan Pembelian

sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk. Indikator Keputusan Pembelian antara lain.

- a) Pengenalan masalah
- b) Pencarian informasi
- c) Evaluasi alternative
- d) Keputusan pembelian
- e) Perilaku pasca pembelian

2. Kualitas Produk

Kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, diukur dengan indikator :

- a. Berbagai macam variasi produk
- b. Daya tahan produk
- c. Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi dari konsumen

- d. Penampilan kemasan produk (estetika)
  - e. Kualitas produk terbaik dibandingkan dengan merek lain
3. Promosi

Upaya yang dilakukan dalam rangka membujuk atau mempengaruhi seseorang untuk bersedia membeli produk diukur dengan indikator :

- a. Jangkauan Promosi
- b. Kuantitas pemberian promo di media promosi
- c. Kemampuan personal selling.
- d. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan
- e. Promosi yang dilakukan dalam pameran

**Tabel 3.1 Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Sumber	Indikator	Item Pernyataan
<b>1</b>	(Y) Keputusan Pembelian	(Kotler and Keller, 2016)	Pengenalan masalah	Saya membutuhkan kosmetik Wardah
			Pencarian informasi	Saya mencari informasi kosmetik Wardah di kabupaten jombang.
			Evaluasi alternatif	Saya membandingkan kosmetik Wardah dengan kosmetik lain .
			Keputusan pembelian	Saya memutuskan membeli kosmetik Wardah yang saya inginkan
<b>2</b>	(X1) Kualitas Produk	(Gitosudarmo, 2018)	Berbagai macam variasi produk	Produk kosmetik Wardah yang ditawarkan beragam
			Daya tahan produk	Produk kosmetik Wardah memiliki daya tahan yang lama ketika dipakai

Tabel 3.1. Lanjutan.....

			Daya tahan produk sesuai dengan spesifikasi dari konsumen	Produk kosmetik Wardah yang ditawarkan sesuai dengan kulit wajah konsumen
			Penampilan kemasan produk (estetika)	Produk kosmetik Wardah memiliki kemasan yang menarik
			kualitas produk terbaik dibandingkan dengan merek lain	Produk kosmetik Wardah memiliki kualitas yang lebih baik dengan merek kosmetik lain
3	(X2) Promosi	(Gitosudarmo, 2018)	Jangkauan Promosi	Produk kosmetik Wardah melakukan promosi secara pasif/luas
			Kuantitas pemberian promo di media promosi	Produk kosmetik melakukan promosi di berbagai media
			Kemampuan <i>personal selling</i>	Saya melihat personal selling kosmetik Wardah memiliki kemampuan yang cukup bagus
			Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan	Produk kosmetik Wardah melakukan promosi melalui iklan
			Promosi yang dilakukan dalam pameran	Produk kosmetik Wardah melakukan promosi dalam pameran

Sumber: (Kotler et al., 2016), (Gitosudarmo, 2018), (Gitosudarmo, 2018)

### 3.4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah Skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Menurut (Sugiyono, 2019), pengukuran jawaban atas pertanyaan skala likert dengan nilai sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Scoring Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2019)

### 3.5. Penentuan Populasi dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun populasi dalam penelitian ini

adalah konsumen kosmetik Wardah di Jombang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

### 3.5.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *non probability sampling* yang sampelnya berjenis *sampling insidental*. *Sampling insidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Menurut (Sugiyono, 2019), jika populasi tidak diketahui jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), dalam penelitian ini 10%

maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

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

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

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian yaitu 96 konsumen.

### **3.6. Jenis dan Sumber Data**

#### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber objek penelitian (Sugiyono, 2019). Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada konsumen Wardah

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari berbagai jurnal, penelitian terdahulu, dan artikel yang diambil dari internet.

### **3.7. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner didalam proses pengumpulan data. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan

tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data dilakukan dengan mengirimkan pernyataan untuk diisi oleh konsumen sendiri, melalui penyebaran angket atau kuesioner berisi beberapa pernyataan, diantaranya studi mengenai kepuasan konsumen yang dilakukan pada konsumen Wardah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan google formulir untuk mendapatkan data dari konsumen Wardah.

### 3.8. Uji Instrumen

#### 3.8.1 Uji Validitas

Menurut (Ghazali, 2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Metode korelasi yang digunakan adalah *perason product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Skor item X

Y = Skor item Y

n = Banyaknya sampel dalam penelitian

1. Instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi antar item lebih dari 0,3.
2. Instrumen dikatakan tidak valid apabila nilai koefisien korelasi antar item kurang dari 0,3.

S

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden.

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas

No item	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Kualitas Produk(X1)	0,735	0,3	valid
2		0,673	0,3	valid
3		0,690	0,3	valid
4		0,761	0,3	valid
5		0,655	0,3	valid
1	Promosi (X2)	0,812	0,3	valid
2		0,728	0,3	valid
3		0,528	0,3	valid
4		0,611	0,3	valid
5		0,788	0,3	valid
1	Keputusan Pembelians (Y)	0,864	0,3	valid
2		0,737	0,3	valid
3		0,533	0,3	valid
4		0,864	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $>$  0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghazali, 2016) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dikatakan reliabel apabila masing-masing pertanyaan dijawab dengan konsisten atau jawaban tidak boleh diacak karena masing-masing pertanyaan akan mengukur hal yang sama. Realibilitas dapat diukur dengan menggunakan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran yang dilakukan hanya sekali yang kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban dari pertanyaan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  (Nunnally, 1994).

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,740	0,7	Reliabel
Promosi (X2)	0,738	0,7	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,755	0,7	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,7 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya

item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

### 3.9. Teknik Analisis Data

#### 3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif digunakan apabila peneliti. Dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Intepretasi skor:

1,0 – 1,8 = sangat rendah

1,81 – 2,6 = rendah

2,61 – 3,4 = netral

3,41 – 4,2 = tinggi

4,21 – 5,0 = sangat tinggi

### 3.9.2 Analisis Inferensial

#### 3.9.2.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen Wardah Dan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas makanan dan kualitas pelayanan. Bentuk persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

y = keputusan konsumen

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien variabel kualitas produk

b<sub>2</sub> = Koefisien variabel promosi

x<sub>1</sub> = Kualitas Produk

x<sub>2</sub> = promosi

e = Standar Error atau kesalahan pengganggu

#### 3.9.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan untuk memperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini menyaratkan uji asumsi terhadap data meliputi:

## **1. Uji Normalitas**

Menurut (Ghazali, 2016) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis uji statistik.

### **a. Analisis histogram**

Menurut (Ghazali, 2016) jika dalam gambar histogram menunjukkan pola distribusi normal berbentuk lonceng yang tidak melenceng ke kiri atau kekanan, maka dari hasil grafik tersebut dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

### **b. Analisis grafik**

Cara yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### c. Analisis uji statistik

Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov smirnov. Uji Kolmogorov smirnov dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05. Apabila signifikansi lebih besar dari 0,05 maka menunjukkan distribusi data normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghazali, 2016) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Apabila variabel bebas saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai tolerance value dan nilai Variance Influence Factor (VIF) dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $VIF > 10$  dan  $tolerance < 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai  $VIF < 10$  dan  $tolerance > 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghazali, 2016) uji heterokedstisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala Heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Adapun dasar analisisnya sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### 4. Uji Autokorelasi

Menurut (Ghazali, 2016) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Apabila terjadi korelasi maka dikatakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*

(DW test) yang mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen. Langkah awal melakukan uji *Durbin-Watson* adalah merumuskan hipotesis:

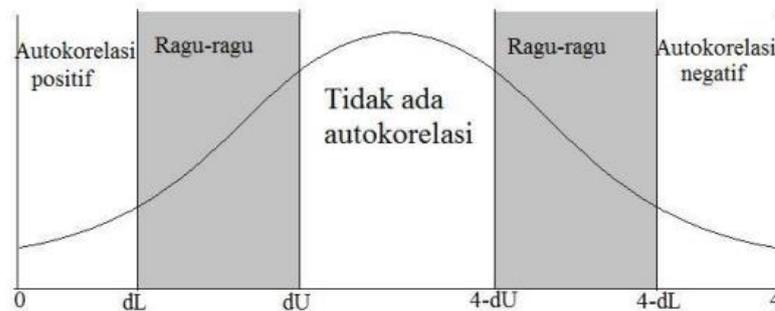
$H_0$  : tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

$H_a$  : ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )

Tabel 3. 3 Pengambilan Keputusan ada atau tidaknya autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi positif	No decision	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

Sumber : (Ghazali, 2016)



Gambar 3. 1 Kurva Durbin-Watson

### 3.9.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara parsial dalam menerangkan

variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka hipotesis diterima.

Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variable independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

b. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka hipotesis ditolak.

Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

#### **b. Uji $R^2$**

Menurut (Ghazali, 2016) koefisien determinan bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Untuk mengavaluasi model regresi terbaik, penelitian ini berpatokan pada nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan karena apabila memakai nilai R Square akan menimbulkan suatu bias yang dapat meningkatkan R jika ada penambahan variabel independen. Berbeda dengan R Square, nilai *Adjusted R Square* tidak akan menimbulkan bias karena nilai R Square dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan dalam model