

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Sugiyono (2016), Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan pada populasi atau sampel tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, karena penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden. Kemudian kuesioner diubah dalam bentuk angka berdasarkan skor yang telah ditentukan.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Flores yang beralamatkan di jalan Samratulangi Kelurahan Paupire.

3.3 Sumber Data

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2016), sumber primer yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah kuesioner yang diberikan langsung oleh konsumen *Hand Body Lotion Citra* pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Flores.

2. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan literature perpustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.4 Definisi Operasional

Sementara definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono 2016).

Adapun variabel penelitian dan definisi operasionalnya dijelaskan dalam tabel berikut:

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Defenisi	Indikator
Kualitas Produk (X1)	Secara teknik produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan, meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi, dan ide. Kotler dan Keller (2016).	1. Mutu kinerja 2. Keandalan 3. Keistimewaan 4. Daya Tahan 5. Mutu Kesesuaian 6. Gaya
Iklan (X2)	Menurut Wibisono (dalam Tanoni, 2012), suatu iklan dapat dikatakan ideal apabila iklan tersebut dapat menimbulkan perhatian, menarik, dapat menimbulkan keinginan dan dapat menghasilkan suatu tindakan.	1. Dapat menimbulkan perhatian 2. Menarik 3. Dapat Menimbulkan Keinginan 4. Dapat Menghasilkan Suatu Tindakan
Harga (X3)	Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Siti Mia, 2016), didalam variabel harga terdapat beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi, daftar harga, diskon, potongan harga, dan peripde pembayaran.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan	1. Kemantapan pada sebuah produk
---------------------	--	----------------------------------

(Y)	keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Kotler dan Keler (dalam Siti Mia, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang
-----	--	--

3.5 Populasi Dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik menjadi suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacuh pada konsumen atau mahasiswi fakultas ekonomi yang membeli produk *hand body lotion* citra, populasi dari penelitian ini keseluruhan mahasiwi yang sedang menggunakan dan pernah menggunakan *hand body lotion* citra sebanyak 315 orang.

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti maka sampel dapat dihitung dengan perhitungan pendapatan dari Slovin yaitu:

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

Dimana:

n = jumlah sampel

minimal N = jumlah

populasi

E = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel dengan menggunakan $e = 0.1$ atau 10%

Dari keterangan diatas dapat dihitung sampel minimum sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{315}{1 + 315(0.1)^2} \\ &= \frac{315}{1 + 315(0.01)} \\ &= \frac{315}{1 + 3,15} \\ &= \frac{315}{4,15} \end{aligned}$$

$n = 75,90$ dibulatkan menjadi 76

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 75,90 responden. Kemudian dilakukan pembulatan menjadi 76 responden. Jadi sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 76 orang.

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Purposive Sampling* . menurut Sugiyono (2016) teknik *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti, maka penulis hanya mengambil atau memilih sesuai dengan kriteria yang ada pada responden yang menggunakan dan pernah memakai produk

hand body lotion citra.

Sampel dalam penelitian ini mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende yang berjumlah 76 orang.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, dengan menggunakan kuesioner.

1. Kuesioner

Sugiyono (2016), mengungkapkan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung, yaitu daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan langsung kepada orang yang dimintai keterangan tentang dirinya (bagaimana keadaannya, pendapatnya, dan keyakinannya). Sedangkan bentuk kuesioner yang digunakan adalah kuesioner terstruktur dimana responden tinggal memberi tanda/mengisi skala yang telah ditentukan. Tipe pertanyaan yang digunakan adalah tipe pertanyaan terbuka berupa pernyataan dan dimaksudkan untuk memperoleh jawaban dari responden sesuai pertanyaan yang kita kehendaki, data yang dikumpulkan meliputi:

1. Identitas responden
2. Data mengenai tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Didalam pemberian angka atau nilai digunakan skala likert yang merupakan salah satu cara untuk menentukan

bobot penilaian terhadap jawaban responden yang digolongkan dengan lima alternatif jawaban yaitu:

Skala Likert

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

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka langsung dengan nara sumber dengan cara tanya jawab langsung. Wawancara dilakukan dengan mahasiwi yang menggunakan atau pernah menggunakan *hand body lotion* citra.

3. Dokumentasi

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara melihat langsung sumber- sumber dokumen yang terkait. Dengan arti lain bahwa dokumentasi sebagai pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik. Digunakan sebagai pendukung kelengkapan data yang ada.

4. Observasi

Suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan ditempat penelitian itu dilakukan.

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan metode

analisis regresi berganda dengan tahapan-tahapan berikut:

3.8.1 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

3.8.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (dalam Saputro, 2015), mengatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner. Satu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r (*correlation item total correlation*) dengan nilai r dengan ketentuan untuk *degree of freedom* $(df)=n-2$, dimana n adalah jumlah sampel. Bila : r hitung $>r$ tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid r hitung $<r$ tabel, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika masing- masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,600 (Ghozali dalam Saputro, 2015).

3.8.2 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ferdinand dalam Saputro, 2015). Sedangkan analisis regresi linear berganda digunakan jika variabel variabel independen yang digunakan

lebih dari satu. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel

bebas (Independent) yaitu, kualitas produk (X1), iklan (X2), harga (X3) terhadap variabel terikat (Dependent) yaitu, keputusan pembelian *Hand Body Lotion Citra*. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

A = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien

Regresi X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

X₃ = Iklan

e = Kesalahan Pengganggu (error)

3.8.3 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui signifikan dari hipotesis dalam penelitian ini maka perlu dilakukan beberapa uji sebagai berikut:

3.8.3.1 Uji t

Menurut Ghozali (dalam Saputro, 2015), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau H₀ : b_i = 0 artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan

terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, $H_A: \beta_i \neq 0$ artinya, variabel independen tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut:

1. *Quick look*: bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 10%, maka H_0 yang menyatakan $\beta_i = 0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual memengaruhi variabel dependen.
2. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut t tabel apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual memengaruhi variabel dependen (Ghozali dalam Saputro, 2015).

3.8.3.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh simultan yang diberikan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan untuk mengukur *goodness of fit* suatu model persamaan linear. Tingkat signifikan (α) yang digunakan untuk menguji persamaan linear ini adalah 10% dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,1$, atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y (Layak)
2. Jika nilai signifikansi $> 0,1$, atau fungsi $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel simultan antara variabel X dan Y (Tidak Layak)

Apabila nilai signifikansi $< 0,1$ maka dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya apabila nilai signifikansi $> 0,1$ maka dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Menentukan F hitung dengan menggunakan SPSS pada komputer.

3.8.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Penggunaan *R square* adalah biasa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan variabel independen ke dalam model, maka *R square* pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti *R square*, nilai *adjusted R square* dapat naik atau turun apabila terdapat tambahan variabel independen ke dalam model. Oleh karena itu, sebaiknya digunakan nilai *adjusted R square* untuk mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali dalam Saputro, 2015).

