

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang menggunakan analisis data yang berbentuk angka (*numerik*). Tujuannya yaitu untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya merupakan sistematis, terstruktur dan terencana.¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Kampus B yang berlokasi di Jl. Pangeran Ratu, 5 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu 1 Palembang. Peneliti memilih mahasiswa sebagai subjek penelitian karena subjek penelitian yang mengalami secara langsung masalah penelitian, kemudian memudahkan peneliti untuk memperoleh data secara mendalam, dan peneliti memilih lokasi FEBI sebagai lokasi penelitian karena Hanasui banyak digunakan oleh mahasiswa FEBI baik laki-laki maupun perempuan, yang dimana juga sesuai dengan kriteria yang diinginkan peneliti.

¹ Sugiyono, Metode Penelitian, Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif dan R&D, 2018.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, dimana melalui kuesioner yang dibagikan pada konsumen Mahasiswa Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Data primer adalah sumber data yang berasal dari pertama atau sumber asli. Data ini menggunakan narasumber atau responden yang dijadikan dalam onjek penelitian sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.² Dalam penelitian pengumpulan data ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diperoleh dari responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Raden Fatah Palembang.

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder pada penelitian ini berupa sumber-sumber literature seperti skripsi, jurnal dan buku serta literatur yang berkaitan dengan penelitian yaitu sumber yang dapat dipercaya.³

² Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi" Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, Vol.1, No.2, (2017), hlm 211

³Ibid hlm 212

D. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan atau ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan TA 2019, 2020, 2021, 2022, dan 2023 yang berjumlah 2.813 orang. Dipilihnya mahasiswa/i angkatan TA 2019, 2020, 2021, dan 2022 tersebut menjadi populasi karena sesuai dengan target pemasaran produk Hanasui yaitu wanita dan pria yang sedang merawat kulit dan mengeksplor diri dengan menggunakan *skincare* dan makeup.

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa/i FEBI UIN Raden Fatah Palembang
Angkatan TA 2019,2020,2021,dan 2022.

No.	Program Studi	Angkatan TA			
		2019	2020	2021	2022
1.	Ekonomi Syariah	272	234	290	349
2.	Perbankan Syariah	274	237	323	317
3.	Manajemen Zakat dan Waqaf	126	118	193	80
Jumlah Mahasiswa		672	589	806	746
Total		2.813 orang			

⁴ Muhajirin dan Maya Panorama, Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. (Yogyakarta: Idea Press, 2017), cet-1, hlm 113.

E. Sampel

Sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.⁵

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Total Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan

Jumlah populasi mahasiswa/i FEBI UIN Raden Fatah Palembang angkatan TA 2019, 2020, 2021, dan 2022 sebanyak 2.813 orang. Tingkat kesalahan yang digunakan yaitu 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesuaian. Maka untuk mengetahui sampel dalam penelitian ini yaitu:

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

$$n = \frac{2.813}{1 + 2.813 (0,1)^2}$$

⁵ Elsa Nopitasari & Herry Krisnandy, "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis, Motivasi Intrinsic dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Pangansa Utama Food Industry", Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 14, No.1 , (2018), hlm 21-22.

$$n = \frac{2.813}{1 + 2.813 (0,01)}$$

$$n = \frac{2.813}{29,13}$$

n = 96,56 dibulatkan menjadi 100 responden

Jadi sampel penelitian ini merupakan mahasiswa/i FEBI UIN Raden Fatah Palembang angkatan TA 2019, 2020, 2021, dan 2022 yang berjumlah 100 responden.⁶

Dalam menentukan sampel yang akan diambil dengan menggunakan *non probability sampling*, yakni teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama-sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampelnya yakni menggunakan *purposive sampling*, yaitu memilih karakteristik atau pertimbangan tertentu yang dianggap penting oleh peneliti.⁷ Pertimbangan yang ditentukan peneliti yaitu konsumen membeli produk Hanasui. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan penyebaran kuesioner di FEBI UIN Raden Fatah Palembang dengan disebarakan melalui sosial media, dengan mengisi *google form*.

⁶ Prof. Dr. Sugiyono “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”, (Bandung : Alfabete, 2018), hlm 127

⁷ Ayu Yunefa, & Sri Ekanti Sabardini, “Pengaruh Kualitas Produk , Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta”, Jurnal Cangkrawangsa Bisnis , Vol.1, No.2 (2020), hlm 178

F. Variabel Penelitian

Variabel adalah komponen utama dalam masalah kerangka teoritis, dan hipotesis. Variabel juga bisa didefinisikan sebagai konsep yang memiliki variasi, inovasi atau memiliki lebih dari satu nilai.⁸ Pada dasarnya variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁹ Dilihat dari pokok masalah dan hipotesis yang diajukan, variabel uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Dependen (terikat)

Variabel terikat sering disebut dengan *variabel dependen*. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, sebab adanya variabel bebas, biasanya dilambangkan dengan simbol Y . Variabel terikat dalam penilitan ini adalah Keputusan Pembelian.

2. Variabel Independen (bebas)

Variabel bebas atau *independen variabel* merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat, biasanya dilambangkan dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas (X1) dan Harga (X2).

⁸ Nanang Martono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*”. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014. hlm. 59

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm. 38

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, menspesifikasikan kegiatan maupun memberikan suatu operasional yang diperlukan guna mengukur variabel tersebut.¹⁰ Variabel penelitian dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Independen (X1) Kualitas Produk	Mutu atau kualitas suatu produk merupakan keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan.	1. Keistimewaan 2. Kelebihan 3. Kehandalan 4. Kesesuaian 5. Daya tahan 6. Daya guna 7. Keindahan 8. Respon	<i>Likert</i>
2.	(X2) Harga	Harga adalah faktor yang menentukan konsumen dalam pengambilan keputusan, hal ini dikarenakan konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sudah meliputi apa yang diharapkan	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	<i>Likert</i>

¹⁰ Widodo, "Metodologi Penelitian, Populer, & Praktis, (Depok: Raja Grafindo Perseda, 2019) hlm.8.

3.	Dependen (Y) Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian konsumen merupakan membeli merek yang disenangi, disukai tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.	1. Kemantapan Produk 2. Kebiasaan dalam membeli Produk 3. Rekomendasi dari orang lain 4. Melakukan Pembelian Ulang	<i>Likert</i>
----	----------------------------------	---	---	---------------

H. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuesioner dapat pertanyaan terbuka atau tertutup, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.¹¹ Adapun skala yang digunakan merupakan skala *Likert* untuk mengukur kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk hanasui. Jawaban setiap item yang menggunakan skala *Likert* memiliki gradasi yang sangat positif dan negative dan untuk diperlukan analisis kuantitatif maka jawaban itu dapat diberi skor diantaranya :

Tabel 3.3

Skala *Likert*

No.	Simbol	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	KS	Kurang Setuju	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018) hlm.142

I. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier merupakan Teknik statistika untuk membuat model dan menyelidiki pengaruh antara satu atau beberapa variabel independen (variabel bebas) terhadap satu variabel dependen (variabel terikat). Untuk membuat pengaruh berbagai macam faktor independen terhadap variabel dependen dapat menggunakan analisis regresi berganda.¹² Untuk membantu peneliti dan untuk menghitung hasil dari penelitian tersebut, peneliti menggunakan *SPSS Statistics 25*. Analisis data dalam penelitian ini terdiri yaitu:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid dan sah nya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid atau benar jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian menggunakan dua sisi dengan taraf signifikan 5%. dari $df = n-2$, dalam hal ini (n) merupakan jumlah sampel. jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid, begitupun sebaliknya.¹³

¹² Basuki dan Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, 2016) hlm 27

¹³Henry Puspasari, & Weni Puspita, Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid 19, *Jurnal Kesehatan*, Vol.13, No. 1, (2022), hlm 68-69.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yaitu indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan merupakan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan handal atau realibel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga apabila diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60, maka dinyatakan reliable. Pengujian alpha dapat dilakukan pada tiap item variabel independent dan variabel dependen. Pengujian ini biasanya dilakukan dengan bantuan program SPSS. Dalam menjawab ketidakkonsistenan bisa terjadi mungkin sebab perbedaan persepsi responden atau kurangpahaman responden dalam menjawab setiap item pertanyaan

Tabel 3.4

Pedoman untuk Interpretasi terhadap Koefisien Kolerasi.¹⁴

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

¹⁴ Bisma Indrawan Sanny, dan Rina Kaniawati Dewi, Pengeruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten TBK Periode 2013-2017, Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol.4, No 1, (2020), hlm 82

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Data yang untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel independen dan dependen mempunyai distribusi normal atau tidak yaitu disebut pengujian normalitas. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov. Bila nilai significant (Sig.) lebih besar dari 5% maka bisa disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan bila nilai significant (Sig.) lebih kecil dari 5% maka bisa disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.¹⁵

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan kondisi adanya hubungan linear antarvariabel independen. Kemiripan antar independent dapat mengakibatkan kolerasi yang sangat kuat. Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independent. Multikolinearitas bisa dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Setiap variabel dari kedua ukuran ini menunjukkan independent manakah yang dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Nilai Cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya

¹⁵ Ghozali Imam.hlm.181

multikolenieritas merupakan nilai tolerance $\leq 0,1$ atau sama dengan nilai $VIP \leq 10$.¹⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan, serta satu pengamatan yang lain. Bila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut homoskedastisitas, dan bila berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik merupakan homoskedastisitas atau tidak terjadi.¹⁷. Apabila variabel independen signifikan secara statistic mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Terlihat dari probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5% , jadi bisa disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.¹⁸

d. Uji Linearitas

Tujuan dari uji linearitas ini adalah untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Biasanya uji linearitas ini digunakan sebagai persyaratan

¹⁶ Laura Amelya Br Napitupulu, Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi, dan Kompetensi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Swasta di Kota Pekanbaru, JOM Fekon, Vol.4, No.1, (2017), hlm 344

¹⁷ Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, (2016), hlm.13

¹⁸ Ghozali Imam, hlm.138

dalam analisis kolerasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu:

- Jika hubungan antara variabel (X) dengan (Y) nilai probabilitas > 0,05 maka termasuk linear.
- Jika hubungan antara variabel (X) dengan (Y) nilai probabilitas < 0,05 maka termasuk tidak linear.¹⁹

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini menjelaskan tentang seberapa jauh suatu variabel mempengaruhi variabel yang lain. Regresi linier berganda adalah suatu teknik dimana terdapat lebih dari satu variabel independen; dalam penelitian ini ada dua variabel independen dan satu variabel dependen, dengan formulasi umum yakni:

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

Keterangan ;:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel kualitas produk (X₁)

b₂ = Koefisien regresi variabel harga (X₂)

¹⁹ Cruisietta Kaylana Setiawan & Sri Yanthy Yosepha, "Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @Thebodyshopindo), Jurnal Ilmiah M-Progress, Vol.10, No.1, (2020), hal 4

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

e = Residual / Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji R (Kolerasi)

Kolerasi (r) merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menentukan keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih variabel berbeda yang digambarkan dengan ukuran koefisien maka dinyatakan kolerasi. Korelasi berfungsi untuk mengukur tingkat kekuatan hubungan antara dua atau lebih dengan tingkat keeratan hubungan pada kolerasi ini terletak antara rentang 0 hingga 1. Dalam pengujian kolerasi ini terdapat dua arah, jika koefisien kolerasi bernilai positif artinya kolerasi searah, begitupun sebaliknya, jika koefisien kolerasi bernilai negatif artinya kolerasi tidak searah.²⁰

b. Uji t (Parsial)

Tujuan dari uji t (test) adalah untuk membuktikan signifikan atau tidak berpengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial (individu). Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ pada tingkat kesalahan tertentu (0,05) atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel

²⁰ Rheza Ari Wibowo, Andriyatna Agung Kurniawan, Analisis Kolerasi Dalam Penentuan Arah Antara Faktor Pada Pelayanan Angkutan Umum Di Kota Magelang, Journal Of Electrical Engineering, Computer and Information Technology, Vol.1, No.2, (2020).

independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.²¹

c. Uji F (Simultan)

Tujuan dari uji f dalam analisis regresi berganda ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan, yang ditunjukkan dalam tabel anova. Pengujian uji F dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, dengan kriteria penilaian berikut ini:

- Jika besarnya probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima
- Jika besarnya probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak.²²

d. Koefisien Determinan (R^2)

Tujuan dari koefisien determinan (R^2) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi merupakan antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang

²¹ Syofian Siregar, "Metode Penelitian Kuantitatif". (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), hlm 194.

²² Jihan Suci Lestari, Umi Farida, Siti Chamidah, "Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru", Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 1, No.1, (2019), hlm 44-45.

mendekati satu artinya variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.²³

²³ Henry Togar Manurung, & A. Mulyo Haryanto, Analisis Pengaruh ROE, EPS, NPM dan MVA Terhadap Harga Saha, (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Go Public Sektor Food dan Beverages Di Bei Tahun 2009-2013, Vol.4, No.4, (2015), hlm.4