

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara eksperimental yang membahas tentang perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Penelitian dilakukan dengan menggunakan variabel harga, iklan dan kualitas produk sebagai variabel bebas (independen) dan variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikat (dependen). Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang yang menggunakan produk kosmetik Wardah.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah 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.

C. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah harga, iklan, dan kualitas produk pada produk wardah dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini yaitu pengaruh harga, iklan dan kualitas produk dan variabel terikat nya (Y) yaitu keputusan pembelian. Sedangkan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah produk Wardah.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai suatu wilayah umum yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2020, 2021 dan angkatan 2022 yang berjumlah 5.842 orang. Dipilihnya mahasiswi angkatan 2020, 2021 dan angkatan 2022 menjadi populasi karena sesuai dengan target pemasaran produk Kosmetik Wardah yaitu wanita berhijab yang sedang mengeksplor diri dengan produk kecantikan mulai dari *skin-care* dan *make-up*.

Tabel 3 1

Jumlah Mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2020, 2021 dan Angkatan 2022

Program Studi	Jumlah Mahasiswi
Ekonomi Syariah	2.223 orang
Perbankan Syariah	2.536 orang
Manajemen Zakat dan Wakaf	1.083 orang
Total	5.842 orang

Sumber: Siladas

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari suatu populasi.⁵⁵ Teknik pengambilan pada penelitian ini menggunakan teknik sampel *purposive sampling*, yaitu teknik

⁵⁴ Nidia Suriani, Risnita, and Syahran Jailani, "Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmian Pendidikan," *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam* Vol 2, no. 1 (2023): hal 26, <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>.

⁵⁵ Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty, and Pariyana, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*, ed. Moh Nasrudin (Pekalongan, Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021), hal 11.

pengambilan sampel dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu.⁵⁶ Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian, yaitu :

- a) Mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2020,2021 dan angkatan 2022
- b) Perempuan berhijab
- c) Menggunakan produk kosmetik Wardah

Dan jumlah sampelnya dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.⁵⁷

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Kesalahan (*Error Tolerance*)

Jumlah populasi mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2020, 2021 dan angkatan 2022 sebanyak 5.842 orang, tingkat kesalahan yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

⁵⁶ Muhammad Ichsan Ghaffar, Irwan Yantu, and Amir Lukum, *Panduan Penulisan Dan Publikasi Artikel Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* (Gorontalo: Cahaya Arsh, 2023), hal 44.

⁵⁷ Firdaus, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*, ed. Faza'ur Ravida (Bengkalis, Riau: Dotplus, 2021) hal 6-10.

$$n = \frac{5.842}{5.842(0,1)^2+1}$$

$$n = \frac{5.842}{59,42}$$

$n = 98,3$ (dibulatkan

menjadi 100 responden)

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dari mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menekankan pada penggunaan perhitungan dan prosedur analisis statistika. Tujuan penelitian kuantitatif ini adalah untuk memperoleh informasi dan data yang terukur secara objektif sehingga memungkinkan ditariknya kesimpulan yang lebih akurat terhadap populasi yang lebih luas.⁵⁸

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dari informasi secara langsung melalui observasi dan survei⁵⁹ dengan menyebarkan

⁵⁸ Husna Nashihin et al., *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kuantitatif, Eksperimen, Dan R&D)* (Padang, Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023), hal 14-20.

⁵⁹ Husna Nashihin et al., *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kuantitatif, Eksperimen, Dan R&D)* (Padang, Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023), hal 14-20.

kuesioner kepada mahasiswi FEBI UIN Raden Fatah Palembang yang menggunakan produk kosmetik Wardah.

F. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner dan dokumentasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Menurut Arikunto kuesioner merupakan suatu daftar yang berisi beberapa pertanyaan tertulis yang kemudian dibagikan kepada responden sesuai dengan keinginan pengguna.⁶⁰ Sedangkan dokumentasi adalah alat bukti berupa gambar atau foto.

Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pengukuran dengan skala *likert*. Skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat individu atau kelompok terhadap suatu peristiwa atau fenomena sosial. Format pertanyaan dalam skala *likert* yaitu pertanyaan yang bersifat positif dan negatif, dimana masing masing dari pertanyaan diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1 untuk pertanyaan positif dan 1,2 ,3, 4, dan 5 untuk pertanyaan negatif.⁶¹

⁶⁰ Ulfi Maranisya and Shifa Ananda Putri, "Pengaruh Harga Dan Sistem Penjualan Tiket Terhadap Kepuasan Penonton Di Event Konser Be The Sun In Jakarta 2022," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* Vol 4, no. 6 (2022): hal 3225-3232.

⁶¹ Viktor Handrianus Pranatawijaya et al., "Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert Dan Guttman," *Jurnal Sains Dan Informatika* Vol 5, no. 2 (2019): hal 129.

Tabel 3 2
Tingkatan Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Skor
SS (Sangat Setuju)	5
ST (Setuju)	4
N (Netral)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

G. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen (X) yang merupakan variabel yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi variabel dependen (Y). Sedangkan variabel dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi variabel independen (X).⁶²

a) Variabel Independen (X)

Variabel bebas pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel antara lain sebagai berikut:

- a. Harga (X1)
- b. Iklan (X2)
- c. Kualitas Produk (X3)

⁶² Neila Sulung and Abdi Iswayudi Yasril, *Buku Pengantar Statistik Kesehatan (Biostatistik)* (Deepublish, 2020), hal 3.

b) Variabel Dependent (Y)

Variabel terikat pada penelitian ini terdiri dari satu variabel yaitu keputusan pembelian (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono, definisi operasional variabel adalah seperangkat pedoman mengenai variabel atau konsep apa yang harus dipelajari dan diukur untuk menguji kelengkapan penelitian.⁶³ Dari penjelasan diatas, definisi operasional variabel pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3 3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga	Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, dari jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli.	<ul style="list-style-type: none"> a) Keterjangkauan harga. b) Kesesuaian harga dengan kualitas. c) Daya saing harga. d) Kesesuaian harga dengan manfaat.⁶⁴ 	<i>Likert</i>
Iklan	Menurut Andrews dan Shimp iklan merupakan suatu bentuk komunikasi berbayar dan termediasi dari sumber yang dapat diidentifikasi, yang dirancang untuk membujuk penerima agar mengambil	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Attention</i> (sorotan) b) <i>Interest</i> (tertarik), c) <i>Desire</i> (keinginan), 	<i>Likert</i>

⁶³ Rahmawati, *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing???* (Samarinda, Kalimantan Timur: Deepublish, 2022), hal 4.

⁶⁴ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal 1-8.

	beberapa tindakan, sekarang atau dimasa depan. ⁶⁵	d) <i>Action</i> (tindakan) ⁶⁶	
Kualitas produk	Menurut Kotler kualitas produk adalah seluruh ciri barang yang secara bermakna mempengaruhi kapasitas untuk memenuhi kebutuhan yang dapat diekspresikan. Sedangkan menurut Lutfiyah, kualitas produk merupakan kapasitas produk untuk melakukan fungsinya yang termasuk dalam kekuatan, kemudahan, pengemasan, perbaikan produk dan karakteristik lainnya. ⁶⁷	a) Kinerja, b) Kesesuaian terhadap spesifikasi c) Daya tahan d) Kehandalan e) Estetika, f) Citra atau reputasi produk. ⁶⁸	<i>Likert</i>
Keputusan pembelian	Keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa keputusan pembelian tidak terlepas dari bagaimana konsumen melalui beberapa tahap untuk mengetahui masalah yang	a) Identifikasi masalah b) Pencarian informasi c) Evaluasi alternatif d) Keputusan pembelian	<i>Likert</i>

⁶⁵ Vadlya Maarif et al., "Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Strategic Locations Advertisement Plan Pada Wilayah Banyumas Menggunakan Metode Ahp," *EVOLUSI : Jurnal Sains Dan Manajemen* Vol 10, no. 2 (2022): hal 72-78, <https://doi.org/10.31294/evolusi.v10i2.14018>.

⁶⁶ Eky Aminda, Yunaz Nur, and Veni Rafida, "Pengaruh Iklan Online Dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Pembelian Tas Di Deliwafa Store Dengan Harga Sebagai Variabel Mpderei Pada Aplikasi Tiktok (Generasi Z Di Kota Surabaya)" Vol 11, no. 3 (2023): hal 270-275.

⁶⁷ Yogi Nurfauzi et al., "Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol 4, no. 1 (2023): hal 183-188, <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

⁶⁸ Caroline Lystia Rut Winasis, Halimah Sandra Widiyanti, and Baruna Hadibrata, "Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)* Vol 3, no. 4 (2022): hal 452-462, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>.

	dihadapi sampai terjadinya transaksi pembelian. ⁶⁹	e) Perilaku pasca pembelian ⁷⁰	
--	---	---	--

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

H. Instrument Penelitian

1. Uji Validitas

Tujuan pengujian validitas adalah untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur. Menurut para ahli, uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *perason product moment* yang dilanjutkan dengan uji t dengan taraf signifikan 0,05 dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) dimana, (n) adalah jumlah responden dan terakhir adalah interpretasi dari indeks korelasi. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka data tersebut dapat dikatakan valid dan sebaliknya jika, $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka data tersebut dikatakan tidak valid. Apabila indeks korelasinya valid, maka indeks korelasi (r) adalah sebagai berikut:

0,800-1000	: sangat tinggi
0,600-0,799	: tinggi
0,400-0,599	: cukup tinggi
0,200-0,399	: rendah

⁶⁹ Caroline Lystia Rut Winasis, Halimah Sandra Widiarti, and Baruna Hadibrata, "Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)* Vol 3, no. 4 (2022): hal 452-462, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>.

⁷⁰ Widuri Dwi Astuti and Retor AquinaldoWirabuanaputera Kaligis, "Pengaruh Promosi Buku Penerbit Mediakita Di Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian Generasi Z," *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 18, no. 1 (2021): hal 19-34, <https://doi.org/10.24002/jik.v18i1.2955>.

0,000-0,199 : sangat rendah (tidak valid)⁷¹

2. Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas adalah untuk menunjukkan konsistensi instrument dalam mengukur gejala yang sama pada situasi lain. Dalam uji reliabilitas hipotesis ditentukan dengan teknik *cronbach alpha* dengan nilai 0,60. Data dapat dikatakan *reliabel*, apabila nilai reliabilitas > dari nilai *cronbach alpha*.⁷²

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda. Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan persamaan regresi yang digunakan benar dan valid serta terbebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi syarat untuk mencapai linearitas yang baik. Uji asumsi klasik yang umum digunakan antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Namun tidak semua uji asumsi klasik dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak digunakan pada analisis regresi sederhana dan uji autokorelasi tidak digunakan pada data *cross*

⁷¹ Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian Dan Uji Validitas Reliabilitas*, ed. Aulia Aziz (Surabaya: Health Book Publishing, 2021), hal 12-13.

⁷² Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup, 2022), hal 12.

sectional.⁷³berikut jenis uji asumsi klasik yang umum digunakan dalam penelitian:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahuinya dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu pertama dengan melihat penyebaran data sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized* sebagai dasar pengambilan keputusan. Jika menyebar pada garis lurus dan mengikuti diagonal maka model regresi bersifat normal. Kedua, dengan menggunakan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikansi (Asym Sig 2 taile) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal dan sebaliknya.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah keadaan dimana terdapat hubungan linear yang sempurna atau hampir linear antar variabel independen dalam suatu model regresi. Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas jika fungsi linear merupakan fungsi linear sempurna untuk sebagian atau seluruh variabel independen. Gejala multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai

⁷³ Ervin Wati et al., *Metode Penelitian Bisnis (Teori & Panduan Dalam Penelitian Bisnis)*, ed. Efitra, Sepriano, and Dkk (Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hal 140-141.

Variance Inflation Factor (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$ dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.⁷⁴

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varians dari residu seluruh observasi dalam suatu model regresi tidak sama. Pengujian ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residual SRESID dengan menggunakan kriteria evaluasi sebagai berikut:

- a. Jika titik-titik pada grafik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit)
- b. Jika titik-titik pada grafik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.⁷⁵

d) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat gejala korelasi dalam model regresi antara error periode saat ini (t) dengan error pengganggu periode sebelumnya ($t-1$). Uji autokorelasi hanya digunakan untuk data *time series* (data yang dikumpulkan dalam jangka waktu tertentu) seperti data laporan keuangan. Namun, untuk data *cross section* (data yang dikumpulkan secara bersamaa) seperti penyebaran kuesioner maka data

⁷⁴ Gun - Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda," *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): hal 333-342, <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.

⁷⁵ Slamet Riyanto and Andi Rahman Putera, *Metode Riset Penelitian Dan Kesehatan*, ed. Ali Hasan Zein (Yogyakarta: Deepublish, 2022), hal 136.

tersebut tidak perlu dilakukan uji autokorelasi. Metode pengujian yang umum digunakan dalam penelitian adalah uji *durbin-Watson*, *Ramsey Test* atau uji *Longrange Multiplier*.⁷⁶

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan model regresi yang memiliki satu variabel dependent dan dua atau lebih variabel independen.⁷⁷ Model persamaan yang digunakan pada regresi linear berganda yaitu:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = Harga

X₂ = Iklan

X₃ = Kualitas Produk

e = Error

⁷⁶ Firdaus, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*, ed. Faza'ur Ravida (Bengkalis, Riau: Dotplus, 2021), hal 34-35.

⁷⁷ Isma Muthahharah and Inayanti Fatwa, "Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Media Pembelajaran Daring Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Di STKIP Pembangunan," *Jurnal MSA (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)* Vol 10, no. 1 (2022): hal 53-60, <https://doi.org/10.24252/msa.v10i1.25145>.

3. Uji Hipotesis

a) Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji besarnya pengaruh signifikan variabel independen dan variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel.

b) Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji secara simultan besarnya pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel.⁷⁸

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa baik model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasinya antara nol atau satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.⁷⁹

⁷⁸ Isma Muthahharah and Inayanti Fatwa, "Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Media Pembelajaran Daring Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Di STKIP Pembangunan," *Jurnal MSA (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)* Vol 10, no. 1 (2022): hal 53-60, <https://doi.org/10.24252/msa.v10i1.25145>.

⁷⁹ Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup, 2022), hal 12.