

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019), penelitian kuantitatif mengacu pada penelitian yang didasarkan pada konsep kepositifan dan alat penelitian yang diterapkan pada penyelidikan komunitas atau perwakilan tertentu. Penelitian ini menggunakan model deskriptif kuantitatif, artinya tujuannya hanya untuk menguji asumsi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian tentang perwakilan masyarakat terpilih. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyediakan kuesioner yang akurat dan valid untuk penelitian, penelitian sistematis dan bukti untuk subjek yang diteliti dengan menyelesaikan proses pencarian bukti.

3.2 Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan pada subjek yang diteliti adalah reproduksi dan pengembangan. Dengan kata lain mengulang penelitian sebelumnya dengan variabel, objek dan indikator yang sama, namun dengan objek, variabel dan batasan waktu yang berbeda. Perusahaan yang diperiksa dan periode yang diselidiki membedakan penelitian ini dari penelitian sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, kekuatan iklan dan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Batam. Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini adalah 5 bulan, terhitung dari bulan Maret hingga Juli.

3.3.1 Periode Penelitian

Penelitian ini dikerjakan dalam rentang waktu pada bulan Maret 2023 hingga bulan Juli 2023 yang dieksplorasikan tabel berikut :

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

No	Kegiatan	Periode 2023																										
		Maret			April				Mei				Juni				Juli				Agust							
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Menentukan topik	■	■	■																								
2	Mengajukan judul			■																								
3	Proposal				■																							
4	Studi Pustaka					■	■	■	■	■	■	■																
5	Mengajukan kuesioner										■	■	■	■														
6	Mengumpulkan Kuesioner															■												
7	Mengolah Kuesioner																■	■	■	■								
8	Hasil Penelitian																			■	■	■	■					
9	Kesimpulan dan Saran																								■	■	■	■

Sumber: Penulis, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) Suatu populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan domain generalisasi yang berisi objek/objek dengan himpunan dan karakteristik eksklusif yang diteliti peneliti sampai diperoleh kesimpulan. Adapun populasi pada penelitian ini tidak diketahui sehingga pengalihan sampling dengan metode accidental sampling di wilayah kota Batam.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) sampel bisa dikatakan cerminan dari keseluruhan populasi dan kekhususan yang ada pada populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling yang dihitung menggunakan rumus Lemeshow (Caniago & Rustanto,2022) sebagai berikut :

$$N = \frac{z^2 p(1-p)}{d}$$

Rumus 3. 1 Jumlah Sampel

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar =1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,01) atau sampling eror = 10%

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka: $n = (1,96)^2 \frac{0,5(1-0,5)}{(0,01)}$

(0,01)

Menurut perhitungan data diatas, jumlah sampel yang diambil dalam

penelitian ini adalah 96 responden dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang merupakan bagian dari non-probability sampling yang memiliki arti bahwa peneliti menetapkan ciri khusus pada pengambilan sampel. Dimana Non-probability sampling memiliki persyaratan untuk pengambilan sampel dan tidak dapat diambil sampelnya oleh semua anggota sampel (Sugiyono, 2019).

3.5 Sumber Data

3.5.1 Sumber Data Primer

Pada penelitian ini diperoleh informasi dasar langsung dari penelitian yaitu Scarlet Whitening di Kota Batam dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden mengenai objek tersebut.

3.5.2 Sumber Data Sekunder

Dari segi data penelitian yang digunakan untuk penelitian ini berupa kajian teoritis yang telah dikemukakan oleh peneliti terdahulu dan buku-buku sebagai penunjang data yang terkumpul.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Kuesioner dipilih oleh peneliti untuk menjadi metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Teknik ini melibatkan menanyakan kepada responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan, diikuti dengan tanggapan mereka (Sugiyono, 2019). Dengan menyampaikan survei dalam bentuk observasi dan kuesioner dengan tautan ke formulir Google, dokumentasi dilakukan (Selviana & Wasiman, 2022). Setelah skala Likert digunakan untuk menilai kuesioner,

indikator variabel akan digunakan menggantikan semua variabel operasional yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Instrumen yang berupa pernyataan tersebut kemudian dirangkai dengan menggunakan indikasi-indikasi yang telah terkumpul sebagai landasan. Menggunakan skala Likert dengan rentang jawaban dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju antara lain:

Tabel 3. 2 Skala *Likert* Pada Teknik Pengumpulan Data

No	Keterangan	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)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian digambarkan sebagai karakteristik, nilai, atau sifat seseorang, objek, atau kegiatan dengan variasi tertentu yang memungkinkan peneliti untuk menyelidikinya dan menarik kesimpulan darinya (Sugiyono, 2019).

3.7.1 Variabel Independen

Variabel yang menyebabkan variabel dependen mengubah atau memanifestasikan dirinya adalah apa yang (Sugiyono, 2019) definisikan sebagai variabel independen. Variabel independen penelitian meliputi kualitas produk, kekuatan iklan, dan loyalitas pelanggan.

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dapat dilihat sebagai variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan oleh faktor independen, menurut (Sugiyono, 2019). Variabel dependen

dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X ¹)	Kualitas produk merupakan salah satu faktor kunci dalam retensi pelanggan karena kualitas yang baik membuat konsumen setia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reliabilitas 2. Spesifikasi 3. Daya tahan produk 4. Ketersediaan layanan 5. Kualitas yang dirasakan 	Skala Likert
Kekuatan Iklan (X ²)	Kekuatan iklan merupakan ketika pengiklan menyampaikan nilai-nilai yang dapat menghasilkan efek tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Misi 2. Pesan-pesan yang akan disampaikan 3. Media 4. 5. 	Skala Likert
Loyalitas Pelanggan (X ³)	Loyalitas pelanggan merupakan keputusan pelanggan dan perilaku pelanggan jika terjadi penggunaan produk atau layanan tertentu secara teratur dan berulang .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebenaran 2. Komitmen emosional 3. Biaya penggantian 4. Mulut ke mulut 	Skala Likert

		5. Kerja sama	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan masalah yang dipecahkan oleh individu melalui pemilihan pilihan perilaku dan dianggap keputusan pembelian yang paling tepat mengambil langkah pertama dalam proses pengambilan keputusan	1. Pemula 2. Pemberi pengaruh (influencer) 3. Pengambil keputusan 4. Pembeli 5. Pengguna	Skala Likert

Sumber : Peneliti, 2023

3.8 Metode Analisis Data

Setelah data dari seluruh responden atau informasi dari berbagai sumber terkumpul, maka analisis data merupakan langkah yang dilakukan menurut (Sugiyono, 2019). Strategi penelitian yang dipilih peneliti untuk penyelidikan ini adalah statistik deskriptif. Metode analisis data peneliti memerlukan pengumpulan data berdasarkan variabel dan jenis responden, memasukkan data untuk setiap variabel yang dipertimbangkan, melakukan perhitungan untuk mengatasi rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk memverifikasi hipotesis yang telah dibuat.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut (Sugiyono, 2019) adalah pemeriksaan yang dilakukan untuk menyelidiki informasi dengan menggambarkan fakta-fakta yang dikumpulkan secara bijaksana tanpa berusaha menarik generalisasi yang luas. Kajian ini dapat dimanfaatkan untuk membackup hasil pemeriksaan informasi dan dapat menunjukkan penyimpangan yang terjadi. Versi 26 dari utilitas SPSS digunakan dalam penyelidikan ini. Respon responden terhadap masing-masing variabel operasional dideskripsikan menggunakan aplikasi ini. Gunakan persamaan di bawah ini untuk menetapkan rentang skala:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Kuantitas sampel yang dibutuhkan

m = Kuantitas alternative jawaban

Pastikan skor terkecil dan skor terbesar diketahui sebelum menghitung rasio perbandingan. 100 responden dan total lima tanggapan sukarela menjadi sampel yang dipilih peneliti. Rentang skala untuk masing-masing model ditentukan dengan menggunakan persamaan rentang skala, sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{(500 - 100)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Maka diperoleh hasil rentang skala, yakni:

Tabel 3. 4 Rentang Skala

No	Kriteria	Rentang Nilai
1	Sangat Tidak Baik	100 – 180
2	Tidak Baik	180 – 260
3	Cukup	260 – 340
4	Baik	340 – 420
5	Sangat Baik	420 – 500

Sumber: Peneliti, 2023

3.8.2 Uji kualitas data

3.8.2.1 Uji validitas

Uji validitas digambarkan sebagai instrumen yang selesai dengan membandingkan skor akhir dengan hasil setiap item atau urutan (Daulay & Hikmah, 2020). Validitas kuesioner secara keseluruhan dievaluasi dengan menggunakan uji validitas. Keefektifan alat ditentukan dengan menggabungkan skor total dengan skor dari setiap pernyataan. Uji validitas dapat dilakukan untuk menunjukkan validitas kuesioner yang dibagi dengan memperhatikan koefisien korelasi dengan angka 0,05 (Supriandi & Simanjuntak, 2020). Rumus uji validitas adalah:

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

Rumus 3. 3 Koefisien Korelasi

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Skor item

Y = Skor total dari X

N = Volume sampel

Tes dua sisi dapat digunakan untuk menunjukkan hasil tes (signifikansi 0,05). Suatu data dapat dianggap valid atau tidak valid berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a. Data dianggap valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (sig 0,05).
- b. Data dianggap tidak valid bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (sig 0,05)

3.8.2.2 Pengujian Reliabilitas Data

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah pengukuran akan tetap konstan jika dilakukan dua kali atau lebih (Ghozali, 2018). Teknik Cronbach's Alpha digunakan untuk menilai validitas data yang digunakan dalam penelitian ini.

Rumus 3. 4 Cronbach's Alpha

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Jumlah Butir Pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varian pada Butir

σ^2 = Varian Total

Suatu variabel disimpulkan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2018).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data berdistribusi teratur atau tidak maka digunakan uji normalitas (Ghozali, 2018):

1. Jika kurva adalah kurva berbentuk lonceng, histogram dengan data terdistribusi secara teratur.
2. Plot probabilitas normal adalah plot yang titik-titiknya tersebar atau mendekati garis diagonal.
3. Uji *Kolmogorov-Smirnov* menentukan apakah data terdistribusi teratur jika tingkat signifikansi lebih besar dari 5% (0,05).

3.8.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam suatu penelitian memiliki hubungan satu sama lain (Ghozali, 2018). Kriteria yang menyatakan bahwa data yang diuji tidak menunjukkan multikolinearitas jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai indeks *variance* (VIF) kurang dari 10, begitu pula sebaliknya.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini mengkaji bagaimana perbedaan varian dalam model regresi antara dua observasi (Ghozali, 2018). Dalam pengujian ini, grafik scatter plot digunakan.

Jika titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas; Namun, jika titik-titik tersebut tidak menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

Uji hipotesis untuk melihat hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Ini adalah tujuan dari penelitian ini untuk menentukan bagaimana variabel independen dan dependen berhubungan. Persamaan regresi linier berganda digunakan dalam penyelidikan ini, termasuk:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β = Beta

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kekuatan Iklan

X_3 = Loyalitas Pelanggan

e = *Error*

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menentukan apakah model dapat menjelaskan variabel dependen secara memadai, lakukan pengujian ini. Diasumsikan bahwa variabel independen tidak dapat menjelaskan kausalitas variabel dependen jika nilai R^2 rendah. Kesimpulannya variabel independen dapat menjelaskan hasil yang diharapkan jika nilai R^2 mendekati 1 (Ghozali, 2018).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Uji Parsial)

Pengujian ini dimaksudkan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen Ghozali (2018). Variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sesuai dengan persyaratan pengujian ini, dan hipotesis ditolak jika signifikansi $> 0,05$. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi ditetapkan kurang dari $0,05$, hipotesis akan diterima dan faktor-faktor independen akan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara marjinal terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini menurut Ghozali (2018) dimaksudkan untuk menguji pengaruh simultan variabel independen dan dependen. Dimungkinkan untuk menyimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh aditif terhadap variabel dependen jika tingkat signifikansi kurang dari 5% atau $F_{tabel} > F_{hitung}$. Sebaliknya, jika $F_{tabel} > F_{hitung}$ atau tingkat signifikansi lebih besar dari 5%, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh aditif terhadap variabel dependen.