

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hal ini dikarenakan para peneliti dalam penelitian ini mengumpulkan data berupa angka yang dapat dihitung menggunakan aplikasi penunjang penelitian dan menggunakan teori-teori yang telah diteliti dan diuji keakuratannya. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitiannya. Hal ini dikarenakan peneliti akan menjelaskan bagaimana variabel keputusan pembelian pada produk Herborist dan variabel kualitas produk, *brand image*, serta *word of mouth* berhubungan satu sama lain.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan sejumlah variabel, indikator, objek penelitian, dan analisis data yang telah digunakan pada penelitian sebelumnya, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini bersifat replikasi.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.

3.3.1 Lokasi Penelitian

Data-data yang diambil dalam penelitian ini pada masyarakat yang berkunjung ke PT. Sukses Jaya Indah sebagai lokasi penelitian.

3.3.2 Periode Penelitian

Riset ini dilaksanakan dimulai dari Bulan September hingga Januari 2024. Lebih jelasnya, bisa diperhatikan tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Bulan																			
	Sept-23				Oct-23				Nov-23				Dec-23				Jan-24			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■																		
Studi Kepustakaan			■	■	■	■	■	■												
Metodologi Penelitian							■	■	■											
Penyusunan Kuesioner									■											
Penyebaran Kuesioner									■	■	■	■								
Pengolahan Data													■	■	■	■	■	■		
Kesimpulan																		■	■	
Penyelesaian Skripsi																			■	■

Sumber: Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian (Sinaga, 2014: 4). Penelitian ini melibatkan konsumen pria dan wanita yang membeli di PT. Sukses Jaya Indah dengan total populasi sebanyak 295 responden.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. Di sini sampel harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi (Hardani, 2020: 379).

Perhitungan sampel menggunakan rumus slovin yang sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber : (Fauzy, 2019: 71)

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Persentase toleransi ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel.

Hasil atas perhiungan rumus di atas sebagai berikut:

$$n = \frac{295}{1+295 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{295}{1 + 295 (0,0025)}$$

$$n = \frac{295}{1 + 0,7375}$$

$$n = \frac{295}{1,7375} = 169,78 \text{ dibulatkan menjadi } 170 \text{ responden.}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang harus diambil minimal 170 sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Pendekatan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggabungkan teknik *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* juga disebut dengan *judgmental sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan kepada penilaian (*judgment*) peneliti mengenai siapa saja yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel. Penelitian yang pengambilan sampelnya menggunakan teknik ini dituntut harus mempunyai latar belakang pengetahuan yang baik agar diperoleh sampel yang sesuai dengan karakteristik, ciri, kriteria, atau sifat tertentu (Fauzy, 2019: 323). Berikut adalah beberapa faktor yang menjadi dasar dalam menentukan ukuran sampel:

1. Responden dipilih dari kalangan pelanggan yang telah melakukan pembelian produk Herborist minimal dua kali. Hal ini dilakukan agar responden memiliki pemahaman yang cukup mendalam mengenai *Brand Image*, kualitas produk, dan *Word of Mouth* terkait produk Herborist.
2. Responden yang menjadi objek penelitian memiliki usia diantara 17 tahun ke atas. Pemilihan usia tersebut dilakukan karena pada rentang usia tersebut, individu cenderung lebih aktif menggunakan produk kosmetik kecantikan, termasuk produk Herborist.

3.5 Sumber Data

Penjelasan mengenai sumber data penelitian merujuk pada informasi yang diperlukan untuk mendukung tujuan penelitian. Dua jenis sumber data yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk mengatasi masalah yang menjadi fokus penelitian. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada responden tertentu. Pemilihan responden didasarkan pada keyakinan bahwa mereka dapat mencerminkan seluruh populasi penelitian, yaitu konsumen produk Herborist di kecamatan Batam Kota, Kota Batam.

2. Data sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang diperoleh untuk tujuan lain selain yang secara langsung terkait dengan topik penelitian. Penggalan informasi ini dapat dilakukan dengan efisien tanpa memakan banyak waktu atau biaya. Penelitian ini mengandalkan sumber data sekunder seperti buku, artikel, jurnal, dan situs *web* terkait untuk mendukung analisis dan pemahaman mendalam terkait topik yang dibahas.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan skala Likert sebagai alat pengukuran untuk mendukung pelaksanaan studi. Responden akan diminta memberikan penilaian mereka terhadap pertanyaan yang diajukan dengan menggunakan skala

yang terdiri dari 5 (lima) opsi pilihan. Setiap opsi pilihan dalam skala *Likert* akan memiliki nilai bobot yang berbeda, sehingga memungkinkan responden untuk menyatakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan secara lebih terperinci:

1. Sangat Setuju (SS): memiliki nilai bobot sebesar 5
2. Setuju (S): memiliki nilai bobot sebesar 4
3. Ragu (RG): memiliki nilai bobot sebesar 3
4. Tidak Setuju (TS): memiliki nilai bobot sebesar 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS): memiliki nilai bobot sebesar 1

Evaluasi konsumen yang dilakukan dengan menggunakan alat bantu seperti skala *Likert* akan memfasilitasi penulis dalam pengumpulan dan pengolahan data. Hasil jawaban dari responden akan menjadi sumber informasi yang berharga, memungkinkan penulis untuk mempertimbangkan dengan cermat saat menarik kesimpulan dalam penelitian ini.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Penulis menerapkan teknik pengumpulan data berupa penyebaran angket kepada responden, dengan mengintegrasikan instrumen skala *Likert* sebagai alat bantu pengumpulan data. Penggunaan kuesioner ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi waktu dalam perolehan data, mengurangi biaya yang mungkin timbul, dan memungkinkan responden untuk dengan cepat menyelesaikan kuesioner. Keberadaan instrumen skala *Likert* di kuesioner ini mempercepat penyampaian persepsi responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Selain itu, penggunaan

jawaban tertutup dalam kuesioner ini diharapkan dapat meningkatkan akurasi data yang diperoleh.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional merujuk pada penjelasan variabel dengan menetapkan makna, mendefinisikan fungsi, atau menyediakan operasi yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Dalam konteks penelitian ini, variabel-variabel yang digunakan memiliki definisi operasional sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1) merupakan kondisi suatu barang yang mencerminkan nilai sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. *Brand Image* (X1) merupakan nama yang terbentuk melalui pengetahuan dan pengalaman pelanggan saat melakukan pembelian suatu produk.
3. *Word of Mouth* (X3) merupakan Bentuk komunikasi verbal yang mencakup pandangan dan ulasan produk, baik secara individu maupun kelompok, dengan tujuan menyampaikan informasi pribadi.
4. Keputusan pembelian adalah Tahap di mana konsumen telah menentukan produk mana yang akan dibelinya, menggambarkan keputusan akhir dalam proses pembelian.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kondisi suatu barang yang memiliki nilai sesuai apa yang di butuhkan oleh konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Performance</i> - <i>Features</i> - <i>Reliability</i> - <i>Confermance of Specifications</i> - <i>Durability</i> - <i>Serviceability</i> - <i>Esthetics</i> - <i>Perceived Quality</i> 	<i>Likert</i>
<i>Brand Image</i> (X2)	Sebuah merek yang terbentuk melalui interaksi dengan informasi dan pengalaman pelanggan selama pembelian suatu produk. Citra merek memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap konsumen ketika melakukan proses pembelian.	<ul style="list-style-type: none"> - Keunggulan Produk - Kekuatan Merek - Keunikan Merek 	<i>Likert</i>
<i>Word of Mouth</i> (X3)	Bentuk komunikasi dari mulut ke mulut mengenai pandangan dan penilaian suatu produk baik secara individu maupun kelompok yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal	<ul style="list-style-type: none"> - Mendapatkan informasi - Mendapatkan rekomendasi - Menumbuhkan motivasi 	<i>Likert</i>
Keputusan pembelian	Dimana seorang konsumen sudah menetapkan produk mana yang akan dibelinya	<ul style="list-style-type: none"> - Pilihan produk - Pilihan merek - Pilihan penyalur - Waktu pembelian - Jumlah pembelian 	<i>Likert</i>

Sumber: Peneliti, 2023

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian kuantitatif menjalankan pengolahan data. Pengolahan data yang dijalankan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 (*Statistical Package fo Social*

Sciences) kemudian hasil dilakukan analisis data sesuai dengan metode yang ada, seperti:

3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017: 147). Peneliti memakai *software* SPSS versi 25 untuk memperoleh gambaran data informatif untuk masing-masing variabel bebas dan terikat. Peneliti kemudian memaparkan rumus rentang skala dari hasil tanggapan penelitian dimana peneliti menfokuskan pada hasil tanggapan informan. Berikut rumus yang digunakan, yaitu:

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber : Umar Husein (2010) dalam (Amalia Yunia Rahmawati, 2020)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Jawaban

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Menurut uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015: 36)

Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat r hitung (koefisien korelasi) lebih $>$ r tabel (nilai kritis) pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$, jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis maka alat tersebut dikatakan valid, adapun rumusnya:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3.3 Korelasi *Pearson Product Moment*

Sumber: (Sugiyono, 2017: 191)

Variabel disimpulkan valid atau tidak valid dinilai dengan teori dibawah ini yaitu:

1. Apabila r hitung didapatkan diatas ($>$) dibanding r tabel maka disimpulkan valid.
2. Apabila r hitung didapatkan dibawah ($<$) dibanding r tabel maka disimpulkan tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Husaini (2003) dalam (Rindiasari et al., 2021) Uji Reliabilitas proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrument. Tingkat reliabilitas suatu konstruk dapat dilihat dari hasil uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60, Menurut Umar (2003) dalam (Amalia Yunia Rahmawati, 2020), adapun rumusnya:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right) \quad \text{Rumus 3.4 Cronbach Alpha}$$

Keterangan:

r_i = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir di kuadratkan

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menilai apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Pendekatan yang digunakan melibatkan penilaian terhadap penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized*. Grafik ini menjadi dasar pertimbangan untuk mengambil keputusan terkait distribusi residual. Jika penyebaran residual mengikuti garis diagonal dengan baik, menunjukkan bahwa model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas dan dapat diandalkan untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya.

3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merujuk pada kondisi di mana terjadi ketidaksetaraan varian dari residual untuk seluruh pengamatan pada model regresi. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan Uji Glejser. Prosedur pengujian ini melibatkan regresi variabel bebas terhadap nilai residual mutlak. Residual di sini merupakan perbedaan antara nilai variabel Y dan nilai variabel Y yang diprediksi, dan nilai absolut mengacu pada nilai mutlaknya (nilai positif untuk seluruh data). Ketika nilai signifikansi antara variabel independen dan nilai residual mutlak lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

3.8.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015: 141).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Satu variabel yang berperan sebagai variabel terikat (dependen) biasanya dilambangkan dengan notasi “Y”, sedangkan yang lainnya berperan sebagai variabel bebas (independen) dan dilambangkan dengan notasi “X”. Umumnya, analisis regresi digunakan untuk melakukan prediksi atau ramalan, sedangkan hubungan variabel tersebut bersifat fungsional yang diwujudkan dalam

suatu model matematis (Purnomo & Sutadji, 2022: 1). Secara umum, persamaan regresi berbentuk:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + \dots + b_n.X_n$$

Rumus 3.5 Analisis Regresi linear Berganda

Sumber: (Purnomo & Sutadji, 2022: 1)

Keterangan:

Y = variabel terikat (dependen)

b_1, b_2, \dots, b_n = koefisien regresi

X_1, X_2, \dots, X_n = variabel bebas (independen)

a = konstanta/perpotongan antara sumbu tegak Y dan garis fungsi linier nilai Y

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi adalah suatu metode pengukuran yang mengindikasikan sejauh mana variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Metode ini digunakan untuk memahami persentase sumbangan pengaruh yang diberikan secara bersama-sama oleh variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi menjelaskan variasi pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi regresi

linier berganda dapat diukur oleh nilai *Adjusted RSquare*, yaitu pada saat jumlah variabel bebas lebih dari satu (Purnomo & Sutadji, 2022: 20).

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan alat statistik yang berguna untuk menguji kebenaran suatu pernyataan melalui hasil penelitian, sehingga dapat memastikan keberlakuan atau penolakan hipotesis tersebut. Dalam upaya mencapai ketepatan hipotesis, peneliti dapat memilih dari berbagai metode uji hipotesis yang telah umum digunakan dalam penelitian sebelumnya. Dalam konteks ini, penulis memilih dua jenis uji hipotesis yang umumnya diterapkan oleh peneliti sebelumnya, yaitu uji t-hitung dan uji F-hitung. Pemilihan metode ini diharapkan dapat memberikan keakuratan dan ketepatan dalam menguji hipotesis yang diajukan.

3.9.1 Uji t (Parsial)

Uji t dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji apakah parameter yang diduga untuk mengestimasi persamaan atau model regresi linier berganda merupakan parameter yang tepat atau belum, atau dapat menjelaskan perilaku variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikatnya (Purnomo & Sutadji, 2022: 18).

Hipotesis:

- H_0 : Tidak ada pengaruh X_1 , X_2 secara parsial terhadap Y_3
- H_a : Ada pengaruh X_1 , X_2 secara parsial terhadap Y_3

Kriteria pengambilan keputusan:

- H_0 diterima bila signifikansi $> 0,05$ (tidak berpengaruh).
- H_0 ditolak bila signifikansi $< 0,05$ (berpengaruh)

Uji t menguji apakah suatu hipotesis di terima atau ditolak, dimana untuk ketentuan pada uji t ini adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.6 Rumus uji t-hitung}$$

Keterangan rumus:

t = Nilai t-hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan tabel

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah Sampel

Berdasarkan kerangka pemikiran yang terkait dengan hipotesis penelitian, peneliti dapat menentukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t-hitung seperti yang diuraikan berikut ini:

H_0 = Variabel kualitas produk (X_1), *Brand Image* (X_2), dan *Word of Mouth* (X_3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y.

H_a = Variabel kualitas produk (X_1), *Brand Image* (X_2), dan *Word of Mouth* (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y.

Apabila hasil dari t-hitung lebih besar dari t-tabel ($t\text{-test} > t\text{-table}$), maka berarti pernyataan hipotesis dari H_a akan diterima dan H_0 ditolak. Begitu juga

sebaliknya, apabila t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($t\text{-test} < t\text{-table}$), maka pernyataan hipotesis dari H_0 akan diterima dan H_a ditolak.

3.9.2 Uji F (Simultan)

Uji keterandalan atau yang biasa disebut dengan Uji F merupakan tahap awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Layak merupakan model diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Purnomo & Sutadji, 2022: 16). Kriteria pengujiannya yaitu :

$$F = \frac{\frac{R^2}{K}}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Rumus 3.7 hitung uji-f hitung

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

K = jumlahvariabel independen atau bebas

n = jumlah sampel

F = koefisien F hitung

Uji F berdasarkan perhitungan manual menggunakan F tabel:

1. Jika nilai Sig. $< 0,05$, atau F hitung $> F$ tabel, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai Sig. $> 0,05$, atau F hitung $< F$ tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.