

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dimana dilakukan dengan mengumpulkan informasi-informasi serta menganalisis data ke dalam bentuk numerik yang memiliki tujuan yakni menguji hubungan antar variabel yang ditetapkan dan menghasilkan kesimpulan sebagai hasil dari pengujian penelitian (Widya & Zainuri, 2023:943).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Freddy Pandapotan Simbolon, Elvira Rossi Handayani, dan Menik Nugraedy (2020) dengan judul “*The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers : A Study of Low Cost Green Car*”. Replikasi dilakukan dalam upaya untuk pengujian berulang dengan pendekatan yang serupa terhadap variabel utama seperti kualitas produk, kewajaran harga, citra merek dan keputusan pembelian, meskipun bersifat replika namun penelitian ini memiliki objek penelitian dan periode waktu penelitian yang tidak sama dengan penelitian sebelumnya sehingga dari hasil penelitian ini dapat mengetahui apakah variabel independen yang dipilih memiliki pengaruh terhadap variabel dependen atau sebaliknya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau yang dimana hal yang diteliti berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, kewajaran harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Citra di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Adapun penelitian ini dilaksanakan dalam rentang periode di bulan Maret hingga bulan Agustus pada tahun 2025, berikut ini merupakan rincian dari kegiatan dalam penelitian :

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

KEGIATAN PENELITIAN	2025					
	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGT
Studi Pustaka						
Perumusan Masalah						
Pengajuan Proposal Skripsi						
Perizinan Penelitian						
Pengumpulan Data						
Analisa Data						
Penyusunan Skripsi						

Sumber : Peneliti, 2025

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam penelitian diperlukan untuk memilih sebuah populasi, populasi dapat dijelaskan sebagai keseluruhan subjek dari suatu wilayah yang dipilih untuk dijadikan sampel dalam penelitian. Di dalam penelitian ini, peneliti telah menetapkan yakni pembeli melakukan pembelian terhadap produk Citra di Kota

Batam melalui aplikasi Shopee. Oleh karena itu jenis populasi yang seperti ini merupakan populasi yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Setelah populasi ditetapkan maka akan dilanjutkan dengan penetapan sampel, sampel adalah bagian terkecil dari populasi. Pemilihan sampel hendaklah subjek yang benar-benar dapat mewakili dari populasi sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan teknik besaran sampel dengan rumus Lemeshow, berikut ini adalah rumusnya :

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

Rumus 3.1. *Lemeshow*

Sumber: (Ardianto, 2020:5)

Keterangan :

n = besaran dari sampel

z = Taraf baku (1,96)

p = Maksimum estimasi (50%)

d = Alpha (0,10) atau *sampling error* (10%)

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} \\ &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \\ &= 96,04, \text{ dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian menggunakan teknik *non probability sampling* serta *purposive sampling* dikarenakan disesuaikan dengan sampel yang dapat memenuhi kriteria. Adapun beberapa kriteria yang telah ditetapkan yakni :

1. Responden penelitian ini adalah konsumen yang memiliki usia rentang 17-35 tahun yang menggunakan produk Citra.
2. Responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah membeli produk Citra di Shopee.
3. Responden merupakan konsumen yang tinggal di Kota Batam.
4. Produk yang mau diteliti yakni *hand & body lotion*.
5. Harga yang diteliti adalah harga yang dijual di *e-commerce* Shopee oleh Unilever Indonesia Official Shop.
6. Merek yang akan diteliti yaitu Citra *natural glowing white UV hand and body lotion*.
7. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kewajaran harga, dan citra merek. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.5 Sumber Data

Dalam mendukung penelitian ini, maka peneliti membutuhkan sumber-sumber data sebagai pelengkap seperti sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber data primer

Sumber data primer berasal dari responden yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang telah diisi.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari informasi yang dikutip dari sumber terpercaya seperti buku, jurnal, artikel dan lainnya yang relevan dengan penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan dari perumusan sampel dan diperoleh jumlah sebanyak 100 responden, dalam pengumpulan data ini akan diukur jawaban dari kuesioner dengan skala Likert. Skala Likert memiliki skor atau bobot dalam penilaiannya, yakni :

Tabel 3.2 Skala *Likert*

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

Sumber : Peneliti, 2025

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Definisi Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan pada variabel lain (variabel dependen) dalam penelitian. Variabel ini biasanya dimanipulasi atau diubah oleh peneliti untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel dependen (Hayati & Andre Saputra, 2023:50). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas produk, kewajaran harga dan citra merek.

3.7.2 Definisi Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi atau tergantung pada variabel independen dalam penelitian. Variabel ini sering disebut juga sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuen, karena perubahan atau hasilnya bergantung pada perubahan variabel bebas (independen) (Hayati & Andre Saputra, 2023:50). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	SKALA
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan tingkat keberhasilan kualitas tinggi dari suatu produk yang dihasilkan atau diproduksi yang akan menimbulkan kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen.	1. Kesesuaian dengan spesifikasi 2. Variasi produk banyak 3. Rancangan produk	Likert
Kewajaran Harga (X2)	Kewajaran harga mengacu pada strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan dengan menetapkan kebijakan harga yang wajar dan dapat diterima oleh konsumen sehingga pandangan konsumen terhadap harga yang ditetapkan pada merek tertentu sebagai ciri dari produk tersebut	1. Harga yang kompetitif dan ekonomis 2. Transparansi harga melalui daftar harga 3. Harga yang dapat dijangkau 4. Kecocokan harga	Likert
Citra Merek (X3)	Citra merek (<i>brand image</i>) adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen, sehingga perusahaan harus mampu menciptakan <i>brand image</i>	1. Citra Produk (<i>product image</i>) 2. Citra Perusahaan (<i>corporate image</i>) 3. Citra Pengguna (<i>user image</i>)	Likert

VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	SKALA
	yang menarik sekaligus menggambarkan manfaat produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan konsumen membeli suatu proses pengambilan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan kepuyusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.	1. Pembelian dilakukan karena kebutuhan 2. Kemantapan untuk membeli suatu produk karena sudah mengetahui informasi atas produk 3. Pembelian dilakukan karena merek tersebut paling disukai dan populer 4. Pembelian dilakukan karena memperoleh rekomendasi dari orang lain	Likert

Sumber : Peneliti. 2025

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Metode Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif bertujuan untuk memudahkan dalam penggambaran atau menjelaskan dari rangkaian angka-angka menjadi sebuah data yang mudah dimengerti. Berikut ini adalah perumusan dari rentang skala, yakni :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.2 Rentang Skala}$$

Sumber : (Wintaria & Siagian, 2022: 45)

Deskripsi :

RS = Rentang Skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Berikut ini adalah perolehan nilai rentang skala berdasarkan perumusan diatas, yakni :

$$RS = \frac{N}{M} (M-1) \Rightarrow RS = \frac{100}{5} (4) \Rightarrow RS = \frac{400}{5} \Rightarrow RS = 80$$

Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif

No	Range Skor	Nilai Tafsir
1	100 - 180	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	181 - 261	Tidak Setuju (TS)
3	262 - 342	Netral (N)
4	343 - 423	Setuju (S)
5	424 - 504	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Peneliti, 2025

3.8.2 Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini data yang sudah diperoleh akan di uji dengan metode uji validitas dan uji realibilitas untuk menganalisis data.

3.8.2.1 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa valid dari instrumen-instrumen indikator variabel yang digunakan dalam kuesioner. Sebuah data penelitian dapat dinyatakan valid apabila nilai r hitung melebihi dari nilai r tabel (Ardianto, 2020:10).

3.8.2.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai seberapa konsisten responden terhadap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Uji reliabilitas dilihat dari

perolehan nilai *Cronbach Alpha* yang dimana apabila nilainya diatas 0,60 maka data dapat dinyatakan reliabel.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi atau penyebaran data terjadi dengan normal atau tidak. Teknik yang digunakan adalah Normal P-Plot (Hafni Sahir, 2021:15).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan linear yang kuat diantara variabel independen dengan dependen. Uji ini menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam analisis regresi dilakukan untuk mengidentifikasi adanya variasi yang berbeda pada residual (error) di antara pengamatan yang berbeda. Apabila varians residual tidak konstan atau bervariasi antar pengamatan, maka kondisi tersebut disebut heteroskedastisitas. Pengujian ini sangat penting karena keberadaan heteroskedastisitas dapat membuat estimasi parameter regresi menjadi kurang efisien dan bias, serta dapat memengaruhi keakuratan hasil uji statistik.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi berganda merupakan persamaan linear yang menggambarkan hubungan antara variabel dependen dengan beberapa variabel independen.

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi, yang biasanya dilambangkan dengan R^2 , pada dasarnya mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil atau mendekati nol, artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat juga semakin kecil. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 100%, berarti variabel bebas memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap variabel terikat. Adapun rumus Koefisien determinasi sebagai berikut :

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah proses membandingkan nilai yang diperoleh dari sampel penelitian dengan nilai hipotesis yang berlaku untuk data dan populasi. Pengujian hipotesis dapat dilakukan secara keseluruhan (simultan) maupun secara terpisah (parsial) satu per satu (Hafni Sahir, 2021:20)

3.9.1 Uji T (Parsial)

Uji parsial atau uji t adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara individual, yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

H0 : Jika nilai t hitung kurang dari atau sama dengan t tabel, maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel dependen terhadap variabel independen

H1 : Apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel dependen dan variabel independen.

3.9.2 Uji F (Simultan)

Uji F dalam penelitian kuantitatif berfungsi untuk menguji pengaruh simultan atau bersama-sama dari semua variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah model regresi. Dengan kata lain, uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibangun secara keseluruhan signifikan atau tidak dalam menjelaskan variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

H₀ : Variabel-variabel independen secara kolektif tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

H_a : Variabel-variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.