

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasi informasi data yang dapat digeneralisasikan.¹ Saat melakukan penelitian kuantitatif, banyak angka yang dibutuhkan untuk pengumpulan data, analisis data, dan penyajian temuan. Demikian pula, akan lebih baik jika ilustrasi, tabel, grafik, atau presentasi lainnya dimasukkan dalam tahap akhir pembelajaran.² Metode kuantitatif juga sering disebut sebagai metode tradisional, positif, ilmiah, dan metode penemuan. Karena sudah sangat lama dimanfaatkan dan telah berkembang menjadi tradisi sebagai metode penelitian, amka metode kuantitatif disebut sebagai metode tradisional. Karena berbijak pada ideology *positivis*, maka metode ini dikenal dengan metode *positivis*.

Karena menganut prinsip-prinsip keilmuan yang konkrit, empiris, obyektif, terukur, logis, dan metodis, maka metode ini dikenal dengan metode ilmiah (*scientific*). Karena dapat digunakan untuk menemukan dan mengembangkan beberapa bentuk ilmu pengetahuan dan teknologi baru, maka metode ini disebut juga dengan metode penemuan. Karena data kajian disajikan sebagai data numeric dan analisisnya dilakukan dengan proses yang sistematis, maka metode ini dikenal metode penelitian kuantitatif. Selain itu, dikatakan bahwa metode penelitian kuantitatif menekankan cirri-ciri proses sosial yang dapat diukur secara objektif.³

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Banyu Manis dengan responden yang berlangganan tetap DRW Skincare di Desa Banyu Manis. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 8 Agustus-8 September, mengingat banyaknya pelanggan yang berlangganan DRW Skincare di Desa Banyu Wangi, maka tidak mungkin peneliti mengadakan penelitian pada seluruh populasi yang ada. Oleh karena itu, penulisan

¹ Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press (AUP), 2009), 13.

² Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17.

³ *Ibid.*, 18.

ini menggunakan teknik sampel purposif (*purposive sampling*) untuk menentukan sampel dalam populasi.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Jumlah total orang atau penduduk di suatu daerah, jumlah orang atau individu yang memiliki karakteristik yang sama, sekelompok orang, objek, atau hal-hal yang menjadi sumber ampel, atau kelompok yang memenuhi criteria tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian semuanya dianggap sebagai populasi dalam KBBI.⁴ Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan DRW Skincare di Desa Banyu Manis yang sudah berungkali belanganan DRW Skincare di Desa Banyu Manis yang berjumlah 246 orang.

2. Sampel

Ungkapan “sampel adalah bagian dari populasi” memiliki dua interpretasi: pertama, setiap unit populasi harus diberi kesempatan untuk dijadikan sebagai unit sampel; kedua, sampel dipandang sebagai penaksiran populasi atau sebagai miniature populasi. Akibatnya, ukuran sampel harus cukup untuk mewakili populasi secara memadai.⁵ Dalam penelitian ini menggunakan salah satu jenis metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel purposive (*purposive sampling*). Dengan memilih subjek berdasarkan tujuan tertentu daripada strata, secara acak, atau lokasi geografis, pengambilan sampel bertujuan (*Purposive sampling*) dilakukan.⁶ Dengan menggunakan rumus Solvin, anda dapat menghitung ukuran sampel penelitian yang diambil dari populasi ini sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

⁴ Eddy Roflin dkk, *Populasi, Sampel Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*, (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Manajemen, 2021), 4

⁵ *Ibid.*, 11.

⁶ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Penerbit Media Cendekia, 2019), 104.

e = Persentase kelonggaran ketidaktentuan karena kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan, dalam penelitian ini adalah 10% $(0,1)^7$

$$n = \frac{246}{1+246(0,1)^2}$$

$$n = \frac{246}{1+246(0,01)}$$

$$n = \frac{246}{1+2,46}$$

$$n = \frac{246}{3,46}$$

$$= 71,098265896 = 72$$

Sampel yang digunakan pada penelitian ini dengan tingkat kesalahan sampai 10% adalah 71,098265896 dan dibulatkan menjadi 72.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Devinisi	Indikator	skala
Kualitas produk (X1)	Kualitas produk mengacu pada kapasitas produk untuk menarik pelanggan ke produk yang dijual.	a. Kinerja. b. Keragaman produk. c. Kemampuan pelayanan. d. Kesesuaian. ⁸	Likert
Label halal (X2)	Label halal adalah dimana suatu produk yang telah memiliki izin sertifikasi halal dari MUI dan sudah terjamin keanannya dan juga kehalalannya. Dimana di produk tersebut sudah terdapat	a. Gambar. b. Kulisan. c. kombinasi gambar dan tulisan. d. Menempel pada kemasan. ⁹	Likert

⁷ Diah Ernawati, “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HJ Jack Sandals Bandung”, *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, no. 1, (2019): 24.

⁸ Bayu Sutrisna Aria Sejati, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5, no. 3, (2016): 7.

⁹ Adzkie Rahmatillah dkk, “Hubungan Antara Label Halal Dan *Celebrity Endorsement* Dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Kecantikan”, *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 1, no. 1, (2020): 15.

	gambar atau tulisan halalnya.		
Hargal (X3)	Harga bisa diartikan sejumlah uang memiliki kegunaan tertentu untuk mendapatkan sebuah produk.	<ul style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan harga. b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. c. Daya saing harga. d. Kesesuain harga dengan manfaat.¹⁰ 	Likret
Minat beli ualng (Y)	Minat beli ulang merupakan dimana pelanggan mengambil keputusan untuk membeli kembali suatu produk pada perusahaan secara berkala.	<ul style="list-style-type: none"> a. Minat transaksional. b. Minat eksploratif. c. Minat preferensial. d. Minat referensial.¹¹ 	Likert

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas juga dikenal sebagai akurat dan valid. Konsep utamanya adalah beberapa akurat dan tepat suatu alat ukur dan tempat suatu alat ukur melakukan pekerjaan pengukurannya. Korelasi intem-total, atau menghubungkan dengan skor kuesioner dengan skor keseluruhan, merupakan salah satu metode peneliaian validitas.

Langkah-langkah pengujian validitas dengan korelasi adalah sebagai berikut:

- a. Hitung korelasi antara respons survey dan skor keseluruhan variabel.
- b. Item yang diuji kemungkinan valid jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh bernilai positif.

¹⁰ Suri Amalia dan M. Oloan Asmara Nst, “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa”, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 06, no. 01, (2017): 663.

¹¹ Nuri Mahdi Arsyanti dan Sri Rahayu Tri Astuti, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Toko Online Shopastelle, Semarang)”, *Journal Of Manajemen*, 5, no. 2, (2016): 3.

c. Meskipun positif, perlu dilakukan uji signifikan pada nilai korelasi (r). item instrument valid jika asosiasinya signifikan.¹²

2. Reliabilitas Instrument

Indicator seberapa besar suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan disebut reliabilitas. Ketika pengukuran dilakukan dengan menggunakan alat ukur yang sama dua kali atau lebih untuk gejala yang sama, hal ini menunjukkan seberapa konsisten pengukuran tersebut. Ketika alat pengukur menghasilkan hasil yang sama setelah banyak pengukuran, dikatakan dapat dipercaya. Jika hasil suatu kuesioner tetap konstan atau stabil sepanjang waktu, maka dikatakan reliabel. Hanya kuesioner yang valid yang dapat digunakan untuk menentukan reliabilitas. Oleh karena itu, validitas harus dihitung terlebih dahulu sebelum menghitung reliabilitas. Dengan demikian, apabila tidak dapat memenuhi persyaratan dari uji validitas, maka tidak perlu dilanjutkan untuk reliabilitas satuan.¹³ Dalam kriteria uji reliabilitas instrument menentukan batas 0,60, jika koefisien reliabilitas $> 0,60$ maka pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.¹⁴

F. Uji Asumsi Klasik

Salah satu syarat penggunaan persamaan regresi berganda adalah uji asumsi klasik, berikut beberapa uji yang terdapat pada uji asumsi klasik:

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antara sebagian atau seluruh variabel bebas. Apabila variabel bebas saling berhubungan, maka variabel tersebut tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah mereka yang independen dan memiliki korelasi antara mereka yang sama dengan nol.¹⁵ Cara untuk mengetahui adanya masalah pada uji multikolinieritas dengan

¹² Azuar Juliandi dkk, *Mengelola Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS*, (Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmu Aqli, 2016), 16.

¹³ Ristya Widi E, "Uji Validitas Dan Reabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi", *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 8, no. 1, (2011): 31.

¹⁴ Ellysa Rahma Santi dan Akhmad Supriyanto, "Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious)", *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4, no. 1, (2020): 52.

¹⁵ Andi Muhammad Irfan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari *Waterprak* Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Ekonomi Islam*, 9, no. 2, (2018): 86.

melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang disarankan, yaitu nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi uji multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui varians dan residual data yang jelas dan tetap. Jika variansnya sama maka bisa disimpulkan homoskedastisitas, dan bila berbeda maka bisa disimpulkan heteroskedastisitas.¹⁶ Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu antara ZRESID dan ZPRED didalam grafik tersebut. Ketika grafik tidak menunjukkan pola tertentu, seperti berkumpul di tengah, menyempit lalu melebar, atau sebaliknya melebar lalu menyempit maka model disebut dengan model yang baik.¹⁷

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen berdistribusi normal dan untuk mengevaluasi model regresi variabel independen. Distribusi data yang normal atau mendekati normal merupakan tanda model regresi yang kuat. Untuk mengevaluasi apakah data terdistribusi secara teratur atau tidak, uji Kolmogorov-Smirnov digunakan. Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikan hasil uji $> 0,05$, sedangkan jika $< 0,05$ maka tidak normal.¹⁸

4. Uji Autokorelasi

Model regresi linier yang digunakan menggunakan uji autokorelasi untuk mengevaluasi apakah ada hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pada periode t sebelumnya. Disebut sebagai kesulitan atau masalah autokorelasi jika terdapat korelasi. Model regresi yang sangat baik tidak memiliki autokorelasi.¹⁹

¹⁶ P. Tommy Y.S dkk, *Memahami Perilaku Kerja Kontraproduktif*, (Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI), 2018), 200.

¹⁷ Diah Ernawati, “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HJ Jack Sandals Bandung”, *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, no. 1, (2019): 25.

¹⁸ Andi Muhammad Irfan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari *Waterprak* Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi Islam*, 9, no. 2, (2018): 87.

¹⁹ Muhammad Nisfiannor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 92.

Pendekatan Durbin Watson adalah strategi pengujian yang diterapkan dalam penelitian ini:

- a. Apabila d lebih kecil dari $4-dl$ atau lebih besar dari $4-dl$, hipotesis nol ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- b. Apabila d terletak antara dU dan $4-dU$, hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terjadi autokorelasi.
- c. Jika d terletak antara dI dan dU diantara $4-dU$ dan $4-dI$, tidak ada kesimpulan yang dihasilkan.²⁰

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang dimaksudkan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kepribadian responden dan faktor lain yang relevan dengan topik penelitian dari mereka.²¹ Peneliti menggunakan strategi ini dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan DRW Skincare di Desa Banyu Manis. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan objek atau topik yang diteliti, yaitu kualitas produk, label halal, dan harga mulai dari “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju”.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode penting untuk mengumpulkan data karena memungkinkan peneliti untuk mempelajari detail lebih mendalam tentang scenario atau masalah.²² Metode wawancara digunakan untuk mengkonfirmasi dan mengklarifikasi informasi yang diterima oleh peneliti.

3. Dokumentasi

Informasi untuk proses penelitian dapat ditemukan melalui dokumentasi, yang dapat berupa bahan tertulis, media sosial, atau bahkan karya seni skala besar.²³ Tekni dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dan memudahkan peneliti dalam melakukan olah data.

²⁰ Timotius Febry dan Teofilus, *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), 72.

²¹ Eko Nugroho, *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*, (Malang: UB Press, 2018), hlm. 19.

²² Mita Rosaliza, “Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif”, *Jurnal Ilmu Budaya*, 11, no. 2, (2015): 79.

²³ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 178.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk memastikan hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Pengaruh kualitas produk (X_1), label halal (X_2), dan harga (X_3) terhadap minat beli ulang (Y). Berikut adalah rumus analisis regresi linier berganda:

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

Keterangan :

Y = Variabel dependen (minat beli ulang)

a = Bilangan konstanta regresi berganda

X_1 = Variabel independen (kualitas produk)

X_2 = Variabel Independen (label halal)

X_3 = Variabel Independen (harga)

b_1 = Koefisiensi regresi kualitas produk

b_2 = Koefisiensi regresi label halal

b_3 = Koefisiensi regresi harga

e = *Error* (tingkat kesalahan)

2. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan angka atau bilangan yang menunjukkan atau bisa digunakan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dilambangkan dengan (R^2). Nilai ini merupakan proporsi dari total perubahan nilai variabel bebas yang dapat diterapkan pada nilai variabel bebas atau menyebabkan hubungan linier dengan nilai variabel bebas. Berikut adalah rumus koefisien determinasi:

$$KD/r^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi²⁴

b. Uji t

Uji t bertujuan untuk menetapkan adanya hubungan parsial antara masing-masing variabel independen (X), dan dependen (Y). Uji t menggunakan variabel-variabel berikut:²⁵

²⁴ Surajio dkk, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori Dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows)*, (Yogyakarta: CV Budi Utomo, 2020), 77.

- 1) Apabila H_0 ditolak dan H_a diterima, jika nilai t -hitung $>$ t -tabel.
- 2) Apabila H_0 diterima dan H_a ditolak, jika nilai t -hitung $<$ t -tabel.²⁶
- 3) Jika nilai $\text{sig } t > 0,05$, maka variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan.
- 4) Jika nilai $\text{sig } t < 0,05$, maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan.²⁷

c. Uji f

Uji f pada dasarnya menentukan apakah setiap variabel independen dalam model berdampak pada variabel dependen pada waktu yang sama. Kriteria pengujian bersamaan atau simultan untuk hipotesis:²⁸

- 1) Apabila H_0 ditolak dan H_a diterima, jika nilai f -hitung $>$ f -tabel.
- 2) Apabila H_0 diterima dan H_a ditolak, jika nilai f -hitung $<$ f -tabel.²⁹
- 3) Jika nilai $\text{sig } f > 0,05$, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak berpengaruh secara signifikan.
- 4) Jika nilai $\text{sig } f < 0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.³⁰

²⁵ Stevanus Deo Bangun, Skripsi: *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pada Ristreeto Coffee House Melalui Kepuasan Pelanggan*, (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2020), 42.

²⁶ Diah Ernawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HI Jack Sandals Bandung", *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, no. 1, (2019): 28.

²⁷ Rina Sukmawati, Skripsi: *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), 83.

²⁸ Stevanus Deo Bangun, Skripsi: *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pada Ristreeto Coffee House Melalui Kepuasan Pelanggan*, (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2020), 41.

²⁹ Diah Ernawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HI Jack Sandals Bandung", *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, no. 1, (2019): 26.

³⁰ Rina Sukmawati, Skripsi: *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), 83-84.