

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian yang menekankan pada penyajian datanya dalam bentuk data-data *numerical* (angka) yang diolah menggunakan metode statistik atau program komputer SPSS, guna menjawab hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.¹

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang umum.²

B. Setting Penelitian

Setting penelitian adalah lokasi dimana kegiatan penelitian akan digunakan. Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Kudus. Adapun responden yang dituju yaitu semua pengguna produk Wardah di Kudus, dilakukan analisis data dan penyusunan laporan penelitian.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi penelitian ini adalah pengguna produk Wardah di Kudus. Populasi ini merupakan populasi yang tidak terbatas karena tidak terhitung jumlah sebenarnya dari pengguna produk wardah yang ada di Kudus menggunakan kosmetik Wardah. Sehingga jumlah populasinya tidak diketahui secara jelas

¹ Marzuki, “*Metode Riset*”, (Yogyakarta: Ekonosia, 2005), 14

² Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, 29.

³ Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, 72.

Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi tersebut. Sampel merupakan sub kelompok atau sebagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian.⁴

Teknik pengambilan sampel penelitian ini yaitu non probability sampling. Non probability sampling adalah pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁵ Teknik yang digunakan Purposive sampling sering disebut dengan *judgment sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu.⁶ Karena populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus *Cochran*. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus sebagai berikut:⁷

$$n = \frac{z^2 pq}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

d = tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% = 0,1

Adapun jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{0,01}$$

⁴ Nur Ahmad Budi Yulianto dkk., “*Metodologi Penelitian Bisnis*”, (Jakarta: Polinema Press, 2018), 61.

⁵ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, 80,

⁶ Rifka Agustianti, “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”, (Makassar: CV. Tohar Media, 2022), 80.

⁷ Suliyanto, “*Metode Penelitian Bisni: Untuk Skripsi, dan Tesis*”, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009), 104.

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Hasil dari perhitungan rumus diatas mendapatkan angka 96,04. Jumlah sampel penelitian ini adalah 96,04, angka tersebut bisa dibulatkan dalam menentukan jumlah responden. Penulis membulatkan menjadi 100 responden karena semakin besar sampel penelitian maka semakin rendah tingkat kesalahan dalam mengolah data.

D. Desain dan Definisi Operasional

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁸ Variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dapat diklafikasikan sebagai berikut:

1. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah promosi, citra merek, dan variasi produk.
2. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian produk kosmetik berlabel halal Wardah studi kasus konsumen Wardah di Kudus.

Dalam penelitian ini, variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Promosi (X1)	Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan atau menginformasikan manfaat dari sebuah produk dan jasa kepada konsumen untuk mendorong dan	1. Periklanan 2. Penjualan personal / <i>personal selling</i> . 3. Promosi penjualan/ <i>sales</i>

⁸ Sugiyono, “Statistik untuk Penelitian”, (Bandung: Alfabeta, 2015), 60.

	membujuk konsumen untuk membeli produk dan jasa. ⁹	<i>promotion.</i> 4. Pemasaran langsung/ <i>direct marketing.</i>
Citra Merek (X2)	Citra merek adalah persepsi tentang merek merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut. ¹⁰	1. Citra pembuat (<i>corporate image</i>) 2. Citra pemakai (<i>user image</i>) 3. Citra Produk (<i>produk image</i>)
Variasi Produk (X3)	Variasi adalah produk beraneka ragam produk yang didasari pada ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri lain sebagai unsur-unsur pembeda. ¹¹	1. Kelengkapan produk 2. Merek produk 3. Variasi ukuran produk 4. Variasi kualitas produk
Keputusan Pembelian (Y)	kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam pertukaran uang dengan barang dan jasa serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan kegiatan tersebut.	1. Sesuai kebutuhan 2. Mempunyai manfaat 3. Ketetapan dalam membeli produk 4. Pembelian berulang

⁹ Makhdaleva H. Tajuddin dan Ade Sofyan Mulazid, Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawang Kota Depok, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1, 2017, 22.

¹⁰ Aniek Fatlahah, "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 No.2, 2013, 475.

¹¹ Isfiandi dan Amirullah M. Amin, "Pengaruh Variasi Produk , Harga dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile pada PT. Surya Asia di Pekanbaru", *Jurnal Akutansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, Vol.1 No.1, 2019, 116.

E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Salah satu instrumen pengumpulan data dalam penelitian adalah angket/kuesioner. Instrumen seperti ini berdasarkan konsep teoritis agar memiliki dasar ilmiah yang kuat. Selain itu angket memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Salah satu cara untuk menguji validitas ini adalah korelasi item total, yakni mengkorelasikan skor-skor item angket dengan totalnya.¹²

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data yang akurat.¹³

Dalam penelitian ini teknik pengukuran menggunakan Skala Likert (*method of summated ratings*). Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, jawaban responden diberi skor berdasarkan Skala Likert sebagai berikut:

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

Angket merupakan alat pengumpul data untuk kepentingan penelitian, angket digunakan dengan mengedarkan formulir yang berisi beberapa pertanyaan kepada beberapa subjek (responden) untuk mendapatkan tanggapan secara tertulis. Angket memberikan gambaran dari jawaban subjek (responden) baik yang anonim (tanpa nama) maupun yang bernama.¹⁴

1. Uji Validitas

Validitas adalah kriteria yang paling kritis dan menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mengukur apa

¹² Azuar Juliandi Irfan dan Saorinal Manurung, *“Metodologi Penelitian Bisnis (konsep & aplikasi)”*, (Medan: UMSU Press, 2014), 133.

¹³ Sugiyono, *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*, 102.

¹⁴ Bagya Waluya, *“Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat untuk Kelas XII”*, (Bandung: PT. Setia Purna Invers, 2007), 95,

yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, validitas merupakan sejauh mana perbedaan yang ditemukan dengan alat ukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya diantara hal-hal yang diuji.¹⁵ Pernyataan kuesioner dikatakan valid jika memperoleh nilai r hitung > r tabel dan sebaliknya. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = n-2, n adalah jumlah sampel.¹⁶

Terdapat hasil uji non-responden dengan responden berjumlah 30, yaitu:

a. Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi (X1)

No	Item	Signifikasi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig.	r hitung	
1.	X1.1	0,05	0,361	0,000	0,705	Valid
2.	X1.2	0,05	0,361	0,000	0,796	Valid
3.	X1.3	0,05	0,361	0,000	0,717	Valid
4.	X1.4	0,05	0,361	0,000	0,651	Valid

b. Uji Validitas Instrumen Variabel Citra Merek (X2)

No	Item	Signifikasi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig.	r hitung	
1.	X2.1	0,05	0,361	0,000	0,782	Valid
2.	X2.2	0,05	0,361	0,000	0,879	Valid
3.	X2.3	0,05	0,361	0,000	0,647	Valid

c. Uji Validitas Instrumen Variabel Variasi Produk (X3)

No	Item	Signifikasi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig.	r hitung	
1.	X3.1	0,05	0,361	0,000	0,795	Valid
2.	X3.2	0,05	0,361	0,000	0,678	Valid

¹⁵ Nikolaus Duli, "Meode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS", (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), 104.

¹⁶ Rahmat Hidayat dan Devrina, Analisis Pengaruh Variasi Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Minat Beli ulang pada Kosmetik Wardah di Kota Batam, *Journal of Business Administratio*, Vol. 3 No. 1, 2019, 5.

3.	X3.3	0,05	0,361	0,000	0,779	Valid
4.	X3.4	0,05	0,361	0,000	0,723	Valid

d. Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Item	Signifikasi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig.	r hitung	
1.	Y1.1	0,05	0,361	0,000	0,632	Valid
2.	Y1.2	0,05	0,361	0,000	0,749	Valid
3.	Y1.3	0,05	0,361	0,000	0,785	Valid
4.	Y1.4	0,05	0,361	0,000	0,817	Valid

2. Uji Reliabilitas

Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari alat pengukuran (measurement error). Sedangkan uji reliabilitas instrumen mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh.

Pada dasarnya, uji realibilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan. uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha* dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan bisa 0,6 hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian. Pengujian realibilitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan reliabel atau tidak. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:¹⁷

- a. Jika nilai *cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.
- b. Jika nilai *cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Terdapat hasil uji non-responden dengan responden berjumlah 30, yaitu:

¹⁷ Budi Darma, "Statiska Penelitian Menggunakan SPSS", (Jawa Barat: Guepedia, 2021), 17.

No.	Indikator Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Promosi	0,662	Reliabel
2.	Citra Merek	0,619	Reliabel
3.	Variasi Produk	0,697	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian	0,724	Reliabel

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama dilokasi dari data yang dibutuhkan. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama dihasilkan.¹⁸ Antara lain responden yang menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuesioner, responden tersebut merupakan pengguna produk Wardah dari Kudus.
2. Sumber data skunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data skunder yang diperoleh dengan mempelajari berbagai tulisan dari buku, jurnal, skripsi, internet, dan data yang berkaitan dengan penelitian ini.

Secara umum teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai pengumpul data apabila informasi yang dikumpulkan bersumber dari dokumen, seperti buku, jurnal, surat kabar, majalah, laporan kegiatan, notulen rapat dan lain-lain.¹⁹ Data dokumentasi ini digunakan untuk mendukung kelengkapan data dalam penelitian.

2. Teknik kuesioner (angket)

Kuesioner (angket) adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-

¹⁸ Burhan Bungin, *“Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya”*, (Jakarta: Kencana, 2005), 132.

¹⁹ Adhi Kusumastuti dkk., *“Metode Penelitian Kuantitatif”*, (yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 67.

hal yang diketahui. Metode tersebut digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Dalam penelitian ini akan menyebarkan google form kepada pengguna produk Wardah di Kudus yang akan mengukur seberapa besar pengaruh promosi, citra merek, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian untuk membeli produk Wardah.²⁰

G. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terdapat kesalahan atau masalah. Macam-macam uji asumsi klasik sebagai berikut:

1. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan hubungan linear yang sempurna atau pasti antara beberapa atau semua variabel independen dari model regresi. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menentukan korelasi antara variabel independen. Aturan yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai-nilai toleransi dan *variance inflation factor* (VIF), jika nilai toleransi kurang dari 0,10 atau nilai VIF dibawah 10 berarti multikolinieritas.²¹

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dan residual suatu pengamatan yang lain. Jika variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.²²

Dasar pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk

²⁰ Ajat Rukajat, "Pendekatan Penelitian Kuantitatif *Quantitative Research Approach*", (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), 64

²¹ Dwi Warni Wahyuningsih, Pengaruh Variasi produk, Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Yamaha N-Max di Wonogiri, *Jurnal Edunomika*, Vol. 03 No. 02, 2019, 411.

²² Ajat Rukajat, "Pendekatan Penelitian Kuantitatif *Quantitative Research Approach*", 16.

suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (point-point) menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastitas.²³

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak.²⁴ Data yang baik jika residu dari analisis regresi mengikuti distribusi normal. Data distribusi normal. Data distribusi normal apabila nilai Sig dan uji normalitas $\geq 0,05$, terdapat uji normalitas yang dapat dipilih yaitu *Komogrov-Smirnov* untuk $n > 50$ dan *Shapiro Wilk* untuk $n < 50$.²⁵

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menjejaskan antara variabel terikat dan beberapa variabel bebas. Namun, metode kuadrat terkecil juga memiliki kemampuan untuk menyimpulkan atau merangkum hubungan untuk semua populasi. Pada aturan regresi berganda mengasumsikan terdapat sebuah populasi persamaan regresi yang tidak diketahui yang menghubungkan variabel terikat dengan variabel bebas.²⁶ Penelitian ini variabel terikatnya adalah Promosi (X1), Citra Merek (X2), Variasi Produk (X3). Adapun variabel bebas adalah Keputusan Pembelian (Y).

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

²³Azuar Juliandi Irfan dan Saorinal Manurung, “*Metodologi Penelitian Bisnis (konsep & aplikasi)*”, 162.

²⁴Nikolaus Duli, “*Meode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*”, 114.

²⁵Joko Subando, “*Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*”, (Jawa Tengah: Lakeisha, 2021), 28.

²⁶Douglas A. Lind dkk, “*Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menguakan Kelompok Data Global, Edisi 13*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 120.

Keterangan:

Y	= variabel dependen (keputusan pembelian)
a	= konstanta
b_1	= koefisien regresi dari variabel X1 (promosi)
X_1	= promosi
B_2	= koefisien regresi dari variabel X2 (citra merek)
X_2	= citra merek
b_3	= koefisien regresi dari variabel X3 (variasi produk)
X_3	= variasi produk
E	= standar error

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi deteminasi dilakukan untuk melihat besarnya hubungan yang ditunjukkan apakah perubahan variabel bebas akan diikuti oleh variable terikat pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R square (R). nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sama dengan 1. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel X menerangkan variabel Y.²⁷

Koefisien determinasi R adalah alat ukur untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai R^2 . Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial maupun simultan, akan menggunakan software SPSS.²⁸

²⁷Budi Darma, "*Statiska Penelitian Menggunakan SPSS*", 53.

²⁸ Diah Ayu Ardianti dkk, Pengaruh Citra Merek, Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Tulang Lunak Hayam Wuruk Cabang Jakarta Selatan, *jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol. 3 No. 3, 2020, 59.

3. Uji-t (parsial)

Uji - t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikansi adalah 5%.²⁹

H_0 : tidak ada pengaruh antara variabel terhadap variabel Y

H_a : ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel Y

Kriteria:

Jika t hitung < t table, H_0 diterima.

Jika t hitung > t table, H_a ditolak.

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan data.

Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah.³⁰

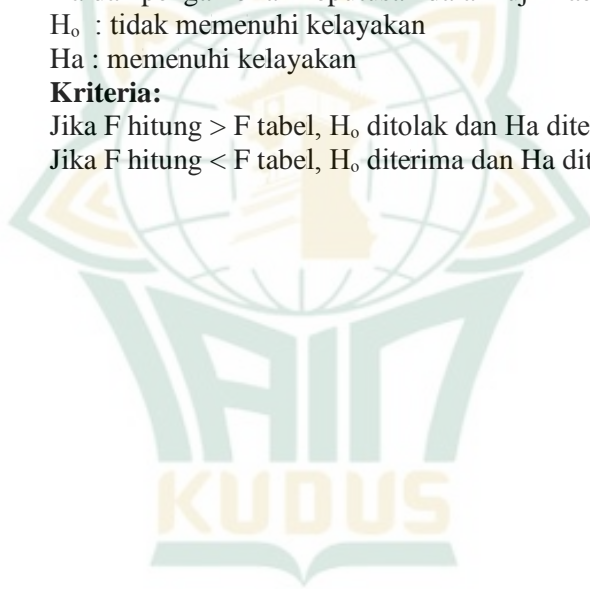
H_0 : tidak memenuhi kelayakan

H_a : memenuhi kelayakan

Kriteria:

Jika F hitung > F tabel, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika F hitung < F tabel, H_0 diterima dan H_a ditolak.



²⁹ Fira Husaini dkk, “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”, (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata)”, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 10.

³⁰ Fira Husaini dkk, “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”, (Teori, Penerapan, dan Riset Nyata)”, 102.