

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Dan Pendekatan

Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan masyarakat untuk menemukan realita apa yang telah terjadi mengenai masalah tertentu. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan kuantitatif merupakan penelitian yang sistematis, berkala, dan terstruktur sejak awal sampai pembuatan desain penelitian. Penelitian kuantitatif menggunakan angka dalam pengumpulan data, penafsiran atau penjelasan data<sup>1</sup>, pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuesioner.<sup>2</sup>

Metode penelitian kuantitatif melalui penelitian jenis ini, sebuah teori dapat dibangun yang akan berfungsi untuk menjelaskan, memprediksi dan mengendalikan suatu fenomena. Alat pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen produk scarlett whitening, mahasiswa IAIN Kudus berjenis kelamin perempuan karena mayoritas konsumen scarlett whitening kebanyakan perempuan dan pernah menggunakan produk scarlett whitening minimal satu kali.

### B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner atau *google form* pada mahasiswa IAIN Kudus konsumen produk scarlett whitening, penelitian dilakukan pada bulan Februari 2022.

### C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan unit yang mempunyai karakteristik yang dapat dijadikan peneliti sebagai objek penelitian<sup>3</sup>. Populasi merupakan objek penelitian yang akan diteliti. Populasi tidak hanya mengenai jumlah objek yang diteliti, akan tetapi juga meliputi semua karakteristik dan sifat yang dimiliki objek tersebut<sup>4</sup>.

Sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili

---

<sup>1</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cetakan 1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17.

<sup>2</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 20.

<sup>3</sup> Marianne Reynalda Mamondol, *Dasar-Dasar Statistika* (Surabaya: Scopindo Media, 2021),31.

<sup>4</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 63.

populasinya<sup>5</sup>. Sampel digunakan jika populasi yang diteliti banyak, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi<sup>6</sup>. Metode pengambilan sampel penelitian ini dengan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu<sup>7</sup>. Kriteria pengambilan sampel sebagai berikut:

1. Perempuan
2. Mahasiswa IAIN Kudus
3. Mengetahui dan pernah membeli produk scarlett whitening

Dalam penelitian ini mahasiswa IAIN Kudus berjenis kelamin perempuan berjumlah 9.913 dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi IAIN Kudus.

Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut<sup>8</sup>:

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

Keterangan:

N = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Toleransi *Margin of error* sebesar 10%

Jadi jumlah sampel yang dihasilkan adalah:

$$n = \frac{9913}{1+9913(0.1^2)} = 99 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti sebesar 100 responden.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian terbagi menjadi 2 bagian :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>9</sup> Pada Penelitian variabel bebas sebagai berikut:

X1 = *Brand Image*

X2= *Customer Review*

<sup>5</sup> Marianne Reynalda Mamondol, *Dasar-Dasar Statistika*, 32.

<sup>6</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 65.

<sup>7</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 66.

<sup>8</sup> Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS 26*, Cetakan Pertama (Riau: DOTPLUS Publisher, 2021).

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 23rd edn* (Bandung: CV Alfabeta, 2016), 39.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen atau terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>10</sup>

Pada penelitian ini yang berperan sebagai variabel terikat adalah:

Y= Keputusan Pembelian.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	<i>Brand image</i> adalah gambaran sebuah produk dibenak konsumen secara massal.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Citra pembuat</li> <li>2. Citra produk</li> <li>3. Citra pemakai</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapat dari konsumen mengenai perusahaan yang membuat barang dan jasa. kredibilitas , jaringan perusahaan .</li> <li>2. Pendapat atau kesan dari konsumen mengenai suatu barang atau jasa. ,manfaat produk bagi konsumen dan jaminan suatu</li> </ol>	Skala Likert

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 23rd edn* ,39.

			<p>produk.</p> <p>3. Pendapat konsumen yang menggunakan barang atau jasa.</p>	
2	<p><i>Customer review</i> adalah pengalaman yang konsumen berikan mengenai layanan yang didapatkan ataupun produk yang telah dibeli dan digunakan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Attractiveness</i> (Daya tarik)</li> <li>2. <i>Trustworthiness</i>(Kepercayaan)</li> <li>3. <i>Expertise</i> (Keahlian)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan yang dimiliki <i>reviewer</i> yang bisa memberikan dampak yang positif sehingga konsumen akan tertarik dengan produk yang di beri ulasan.</li> <li>2. Berkaitan dengan kejujuran dan bagaimana ulasan tersebut dapat dipercaya.</li> <li>3. Berkaitan dengan pengalaman, keahlian dalam membuktikan kelebihan sebuah</li> </ol>	Skala Likert

			produk dan bisa memberi informasi tentang produk secara keseluruhan.	
3	Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan membeli</li> <li>2. Produk yang disukai</li> <li>3. Tertarik dengan produk</li> <li>4. Rekomendasi orang lain</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membeli setelah mendapatkan informasi produk.</li> <li>2. Memutuskan pembelian produk yang paling disukai.</li> <li>3. Membeli karena tertarik dan sesuai dengan kebutuhan.</li> <li>4. Membeli karena mendapatkan rekomendasi orang.</li> </ol>	Skala Likert

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dalam bentuk sejumlah pertanyaan tertulis, untuk memperoleh informasi dari responden tentang yang dialami dan diketahui<sup>11</sup>. Dalam metode

<sup>11</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 79.

angket penelitian menggunakan skala likert untuk mengukur nilai sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Bentuk jawaban pertanyaan dalam kategori skala likert adalah sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).<sup>12</sup> Kuesioner yang digunakan adalah sistem pertanyaan tertutup yaitu berupa pertanyaan dengan jawaban singkat responden akan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah tersedia.<sup>13</sup>

## F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas untuk menilai valid tidaknya suatu kuesioner, dinyatakan valid jika pertanyaan kuesioner bisa menjelaskan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$  pada tingkat signifiaks 0,05, dalam hal ini  $n$  adalah banyaknya sampel. Untuk menguji valid tidaknya kuesioner dilihat dari  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka pertanyaan atau indikator dinyatakan valid.<sup>14</sup>

### 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas untuk menilai indikator variabel dari kuesioner, dikatakan reliabel bila jawaban stabil sepanjang waktu. Uji reabilitas diukur dengan uji statistik Cronbach Alpha, variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,70.<sup>15</sup>

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika mempunyai distribusi data yang normal atau mendekati normal.<sup>16</sup>

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolomogrov Smirnov, jika nilai probabilitas > 0,05

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 23rd edn, 93.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 23rd edn, 143.

<sup>14</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011),52.

<sup>15</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 47-48.

<sup>16</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 187.

secara linear berarti terdapat hubungan atau bisa dikatakan berdistribusi normal, jika nilai probabilitas  $< 0,05$  secara linear berarti tidak terdapat hubungan atau dikatakan tidak berdistribusi normal.<sup>17</sup>

#### b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas untuk menguji apakah regresi terdapat dalam korelasi antar variabel bebas. Model regresi baik yaitu tidak terdapat korelasi diantara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan uji multikolonieritas dengan mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerance kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10,00 maka dikatakan terdapat multikolonieritas terhadap data. sebaliknya jika nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00 maka dikatakan tidak terdapat multikolonieritas terhadap data.<sup>18</sup>

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika dalam variance dari residual pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika terdapat perbedaan disebut heteroskedastisitas, model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara mengetahui adanya atau tidak adanya heteroskedastisitas dalam data dengan cara melakukan uji gleser, jika hasil dari nilai signifikansi diperoleh  $> 0,05$  maka variabel dapat dikatakan tidak adanya heteroskedastisitas.<sup>19</sup>

## 2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda analisis untuk menghitung seberapa besar pengaruh variabel independen *brand image* (X1) dan *customer review* (X2), terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Persamaan analisis regresi yang digunakan penelitian ini adalah:<sup>20</sup>

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

---

<sup>17</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 34.

<sup>18</sup> Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19,106.

<sup>19</sup> Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19,143.

<sup>20</sup> Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19,96.

Diketahui:

- Y : Keputusan Pembelian
- a : Konstanta
- $b_1$  : Koefisien regresi *brand image*
- $b_2$  : Koefisien regresi *customer review*
- X1 : *Brand image*
- X2 : *Customer review*
- e : Standar eror

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menguraikan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu diantara 0 sampai dengan 1. Nilai  $R^2$  yang mempunyai nilai sedikit berarti masing-masing variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat yang terbatas. Jika mendekati nilai 1 artinya masing-masing variabel bebas bisa menyalurkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel terikat.<sup>21</sup>

#### b. Uji t

Uji t berfungsi untuk menguji variable bebas yaitu *Brand Image* (X1) dan *Customer Review* (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian (Y). Maka uji t digunakan dari masing-masing variabel dengan mengetahui taraf signifikansi sebesar 0,05, jika nilai taraf signifikansi  $< 0,05$  berarti secara parsial terdapat pengaruh terhadap variabel tersebut. Dasar pengambilan keputusan uji t adalah:<sup>22</sup>

- 1) Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka secara parsial adanya pengaruh terhadap variabel terikat.  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- 2) Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka secara parsial tidak adanya pengaruh terhadap variabel terikat  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Variabel brand image (X1)

$H_1$  = Secara parsial ada pengaruh dari variabel independen (*brand image*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

<sup>21</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, 97.

<sup>22</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, 98.

$H_{01}$  = Secara parsial tidak ada pengaruh dari variabel independen (*brand image*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

b) Variabel customer review (X2)

$H_2$  = Secara parsial ada pengaruh dari variabel independen (*customer review*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

$H_{02}$  = Secara parsial tidak ada pengaruh dari variabel independen (*customer review*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

c. Uji F

Uji F (F-test) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel- variabel independen yaitu *Brand Image* dan *Customer Review* secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian. Jika taraf signifikansi  $< 0,05$  maka secara parsial terdapat pengaruh terhadap variabel tersebut. Berikut kriteria penerimaan dan penolakan:<sup>23</sup>

- 1)  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh simultan variabel X terhadap Y
- 2)  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh simultan variabel X terhadap Y.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a.  $H_a$  = Secara simultan ada pengaruh dari variabel independen (*brand image dan customer review*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)
- b.  $H_0$  = Secara simultan tidak ada pengaruh dari variabel independen (*brand image dan customer review*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)

---

<sup>23</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, 98.