

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), yakni penelitian yang dilakukan dalam situasi alamiah tapi didahului oleh semacam intervensi (campur tangan) dari pihak peneliti pada situasi di lapangan.¹ Dalam studi yang akan dilakukan oleh peneliti mengamati pengaruh kualitas Produk, Harga Dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian Pada Produk Kosmetik Wardah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2018-2019).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dipilih peneliti dalam melakukan penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Creswell dalam Riska mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan pendekatan kuantitatif adalah proses pengukuran data-data yang berwujud angka ataupun sajian data dalam bentuk statistik objektif lalu dianalisis memakai perhitungan yang ilmiah berdasarkan informasi dari sampel yang telah ditentukan, kemudian lewat fase survei sebagai instrument pemutusan pada frekuensi dari berbagai macam persepsi²

Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang memiliki karakteristik khusus didalam kehidupan manusia, yang dinamakan variabel, dan mencari hakekat hubungan di antara variabel-variabel yang dianalisis, dengan memakai teori yang obyektif.³ Dalam penelitian ini, variabel tersebut adalah kualitas produk, harga dan *Online Customer Review* sebagai variabel independen, di lain sisi keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2015), 21.

² Riska Rabiana dan Baso Akib, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Maklumat Pada Keputusan Pembelian Pelanggan *Marketplace Shopee* (Studi Kasus: Pemakai Aplikasi *Shopee*)", *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* Vol.4 No.1, 2020, 23

³ Deni Darmawan, *Metode Studi kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), 130 dikutip dalam Abdullah, *Sejumlah Metodologi dalam Penelitian Pendidikan dan Manajemen*, (Samata-Gowa: Gunadarma Ilmu, 2018), 225

B. Populasi dan Sempel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tapi memuat seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁴

Populasi yang dipakai pada studi ini ialah mahasiswa FEBI IAIN Kudus yang telah memenuhi karakteristik dari peneliti, yakni, mahasiswa aktif yang masih menempuh program strata satu (S1) IAIN Kudus tahun ajaran 2018-2019, dan pernah melakukan pembelian produk kosmetik Wardah di *Shopee*.

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Aktif FEBI Tahun 2018/ 2019

Program Studi	2018	2019
Ekonomi Syariah	236	224
Manajemen Bisnis Syariah	235	231
Manajemen Zakat dan Wakaf	62	70
Perbankan Syariah	156	112
Akuntansi Syariah	116	115
Jumlah	805	752

*Sumber: Kepala Sub bagian Akademik
Kemahasiswaan FEBI IAIN Kudus.*

Berlandaskan data diatas, maka populasi dalam studi ini ber-jumlah 1.557 orang mahasiswa.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi.⁵Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet.19*, (Bandung: Afabeta, 2013),80

⁵Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Studi kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016),67

keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu,kesimpulannya akan bisa diberlakukan untuk populasi. Sehubungan dengan hal itu sampel yang diambil dari populasi harus *representative* (mewakili).⁶

Pada penelitian ini, teknik sampling yang di gunakan adalah *probability sampling* dimana teknik pengambilan sampel ini memberikan peluang yang sarna bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁷Pemutusan sampel pada studi ini menerapkan dengan teknik *Simple random sampling*. Teknik *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara acak dan sederhana (*simple*),tanpa memperhatikan tingkatan (*strata*) yang ada dalam populasi. Cara ini biasanya dipilih jika anggota populasi dianggap memiliki karakteristik yang homogeny (kecenderungan sama).⁸Adapun kriteria sempel pada penelitian ini ialah Mahasiswa FEBI IAIN Kudus yang pernah menjalankan pembelian minimal satu kali produk Wardah di aplikasi Shopee.

Besaran atau ukuran sampel sangat tergantung dari besaran tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan (*error tolerance*) yang diinginkan peneliti. Tapi, dalam hal tingkat toleransi kesalahan pada penelitian adalah 5%, 10 %dan 15%. Apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari100 maka sampel yang diambil ialah semuanya, tapi jika populasi berjumlah lebih dari 100 maka sampel yang diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.⁹

Adapun cara untuk menentukan sampel dalam pembahasan ini memakai rumus Slovin¹⁰ dengan rumus sebagai berikut:

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet.19*, (Bandung: Afabeta, 2013),81

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet.19*, (Bandung: Afabeta, 2013),85

⁸Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Studi kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016),69

⁹Suhasimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*,(Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 134-135.

¹⁰Supriyanto dan Iswandiri, ”Kecenderungan Sivitas Akademika dalam Memilih Sumber Referensi Untuk Penyusunan Karya Tulis Ilmiah di Perguruan

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

Keterangan:

n: Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

e^2 : error level (tingkat kesalahan) (catatan: biasanya dipakai 1% atau 0.01, 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1) dan 15% masih bisa di toleransi.

1: Nilai konstan

Dari data yang telah diketahui jumlah populasi mahasiswa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ialah 1.557, maka jumlah sampel yang diperlukan ialah:

$$n = \frac{1557}{1 + 1557(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1557}{16,57}$$

$$n = 93,96 \text{ dibulatkan menjadi } 94$$

Melihat pada hasil perhitungan yang dijabarkan diatas, penelitian ini memerlukan sampel penelitian tidak kurang dari 93,96 dibulatkan menjadi 94 responden . Demi mempermudah pada penelitian, besarnya sampel bisa diambil sebanyak 100 orang responden.¹¹

C. Identifikasi Variabel

variabel penelitian ialah suatu atribut atau sifat atau nilai dari

orang, obyek atau aktivitas yang memiliki variasi khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut relasi antara satu variabel dengan

Tinggi”, *Jurnal Berkala Ilmu Perpustakaan dan Maklumat-Jurnal UGM*, Vol. 13 No. 1, Yogyakarta, 2017,82

¹¹Deni Darmawan, *Metode Studi kuantitatif, CetKetiga*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2016), hal.156.

variabel yang lain makacam-macam variabel dalam penelitian bisa dibedakan menjadi:¹²

1. *Independen Variable* (Variabel bebas): variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas ialah variabel yang berimbang pada atau yang menjadi sebab transformasinya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada studi ini yang sebagai independent variable adalah kualitas produk (X1), harga (X2) dan *Online Customer Review* (X3)
2. *Dependen Variable* (Variabel terikat): sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat ialah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, sebab adanya variabel bebas. Pada studi ini yang sebagai *Dependen Variable* ialah keputusan pembelian (Y).

D. Deskripsi Operasional

Deskripsi operasional dari variabel bebas kualitas produk (X1), Harga (X2) dan *Online Customer Review* (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) bisa diukur berlandaskan para responden yang merespon pada pernyataan yang tersedia dalam wujud angket.

Tabel 3.2
Deskripsi Operasional Keputusan Pembelian

Variabel	Deskripsi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana pelanggan telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan	1. Pilihan Produk	1) Saya menjalankan pembelian produk Wardah di Shopee sesudah saya memiliki keyakinan bahwa produk itu selaras	Likert (1-5)

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet.19*, (Bandung: Alfabeta, 2013),38-39

	pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau pemakaian suatu barang atau jasa. ¹³		dengan kebutuhan saya
			2) Kosmetik Wardah ialah produk perawatan wajah yang berkualitas
		2. Pilihan Merk	1) Saat saya memakai kosmetik, saya akan lebih mantap jika memakai kosmetik merek Wardah
		3. Pemilihan Saluran Pembelian	1) Saya memutuskan membeli produk Wardah di Shopee sesudah mendapat maklumat menarik terkait harga dan kualitas produk 2) Saya menjalankan pembelian produk

¹³Philip Kotler(2016), dikutip dalam Ajeng Ayu Fatimah P.dan Soedarmadi,” Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Susu NaturSoya CV. Global Mandiri Sejahtera KanCa Purwodadi)”, *Majalah Ilmiah Solusi* Vol. 18, No. 1 Januari 2020,193

			Wardah di marketplace Shopee sebab sejumlah kemudahan yang ditawarkan.
		4. Waktu Pembelian	1) Pembelian produk kosmetik Wardah bisa dilakukan kapan saja 2) Saya tidak perlu waktu lama dalam membeli produk Wardah di Shopee
		5. Jumlah Pembelian	1) Saya membeli produk Wardah untuk persediaan yang akan datang
		6. Metode Pembayaran	1) Proses pembayaran pembelian kosmetik Wardah sangat mudah 2) Tidak ada syarat untuk membeli produk kosmetik Wardah

Sumber:Teori Kotler, yang diolah penulis 2022.

Tabel 3.3
Operasional Variabel Kualitas Produk

Variabel	Deskripsi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Menurut Kotler dan Armstrong “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang memuat daya tahan,keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan dan atribut lainnya”. Bila suatu produk telah bisa menjalankan fungsi-fungsinya bisa dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik. semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan pada pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian. ¹⁴	1. Bentuk (Form)	1) Bentuk atau <i>packaging</i> dari produk Wardah sangat menarik	Likert (1-5)
		2. Ciri-ciri Produk (Features)	1) Produk Wardah wanginya sangat khas 2) Produk Wardah berbeda dengan produk kosmetik pesaing yang juga menonjolkan kehalalan produknya	
		3. Kinerja (Performanc e)	1) Produk kosmetik Wardah bisa menyamarkan bintik gelap di wajah saatdi pakai 2) Kosmetik Wardah memiliki tekstur yang ringan dan membuat riasan menjadi	

¹⁴Kotler, dan Armstrong, *Prinsip – PrinsipPemasaran. Edisi 12, Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008,347

			lebih halus
		4. Ketetapan/ Kesesuaian (Conformance)	1) Kualitas kosmetik Wardah selaras dengan standar
		5. Ketahanan (Durability)	1) Produk Wardah tahan lama dan tidak gampang luntur saat dipakai
		6. Kehandalan (Reliability)	1) Kosmetik Wardah aman dipakai sebab sudah terdaftar di BPOM. 2) Kosmetik Wardah cocok untuk semua tipe kulit, terlebih kulit saya
		7. Kemudahan Perbaikan (Repairability)	1) Produk Wardah gampang dibawa kemana-mana 2) Produk Wardah sangat gampang diaplikasikan ke kulit
		8. Gaya (Style)	1) Produk Wardah desain dan kombinasi warnanya sangat sesuai
		9. Desain	1) Desain produk

		(Design)	kosmetik Wardah memiliki ciri khas dan bisa dibedakan dengan produk kosmetik lain.	
--	--	-----------------	--	--

Sumber: Teori Kotler dan Armstrong, yang diolah penulis 2022.

Tabel 3.4
Operasional Variabel Harga

Variabel	Deskripsi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (X2)	Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Dalam arti yang paling sempit harga (<i>price</i>) ialah jumlah uang yang	1. Keterjangkauan Harga	1) Harga produk Wardah yang ditawarkan terjangkau	Likert (1-5)
		2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas	1) Harga yang ditawarkan produk Wardah di Shopee selaras dengan kualitas produk yang dimiliki	
		3. Daya Saing Harga	1) Harga produk yang ditawarkan Wardah di Shopee bervariasi antar toko yang satudengan yang lainnya.	
		4. Kesesuaian Harga dengan	1) Harga produk	

	dibebankan atas suatu atau jasa. ¹⁵	Manfaat	kosmetik Wardah di Shopee selaras dengan manfaat yang saya dapat
		5. Harga dapat Mempengaruhi Konsumen dalam Mengambil Keputusan	1) Harga produk kosmetik Wardah sudah selaras dengan kualitas yang saya rasakan sehingga saya membelinya

Sumber: Teori Kotler, yang diolah penulis 2022.

Tabel 3.5
Operasional Variabel Online Customer Review

Variabel	Deskripsi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Online Customer Riw	Menurut Kalthoum dan Huseynov <i>Online Customer Review</i> (OCR) ialah bagian dari <i>electronic word of mouth</i> (eWOM) yang dijelaskan sebagai evaluasi produk yang diposting di situs <i>web</i> perusahaan atau	1. Perceived Usefulness (Manfaat yang dirasakan)	1) Fitur <i>online customer review</i> sangat bermanfaat dan membuat saya lebih yakin untuk belanja online produk kosmetik Wardah di	

¹⁵ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019),36

	<p>pihak ketiga, OCR memuat komentar negatif dan positif perihal layanan atau produk yang ditulis oleh sejumlah pelanggan potensial, yang bisa diakses oleh banyak orang dan perusahaan lewat Internet.¹⁶</p>		<p>aplikasi Shopee.</p>	
<p>Online Customer Review (X3)</p>	<p>Kalthoum dan Huseynov menuturkan bahwa <i>Online customer review</i> (OCR) ialah bagian dari <i>electronic word of mouth</i> (eWOM) yang dijelaskan sebagai evaluasi produk yang diposting di situs <i>web</i> perusahaan atau pihak ketiga, OCR memuat komentar negatif dan positif perihal</p>	<p>2. <i>Preceived Usefulness</i> (Manfaat yang dirasakan)</p>	<p>2) Fitur <i>online customer review</i> sangat bermanfaat dan membuat saya lebih yakin untuk belanja online produk kosmetik Wardah di aplikasi Shopee.</p>	<p>Likert (1-5)</p>
		<p>3. <i>Preceived Ease of Use</i> (Kemudahan)</p>	<p>1) Dengan adanya online</p>	

¹⁶Kalthoum Dhahak dan Farid Huseynov, “The Impact of Online Consumer Reviews (OCR) on Online Consumers’ PurchaseIntention”, *İşletme Araştırmaları DergisiJournal Of Business Research-Turk*Vol.12 No.2, 2020, h,991

	<p>layanan atau produk yang ditulis oleh sejumlah pelanggan potensial, yang bisa diakses oleh banyak orang dan perusahaan lewat Internet.¹⁷</p>	<p>Pemakai yang dirasakan)</p>	<p><i>customer review bisa</i> mempermudah saya dalam membeli produk kosmetik Wardah di aplikasi Shopee</p>	
		<p>4. <i>Preceived Effectiveness</i> (Efektifitas yang dirasakan)</p>	<p>1) Saya akan membeli produk kosmetik Wardah di aplikasi Shopee sesudah melihat <i>review</i> dari pemakai lain</p>	
		<p>5. <i>Preceived Enjoyment</i> (Kenikmatan yang dirasakan)</p>	<p>1) <i>Review</i> produk kosmetik wardah di aplikasi Shopee memberikan informasi perihal kelebihan dan</p>	

¹⁷Kalthoum Dhahak dan Farid Huseynov, “The Impact of Online Consumer Reviews (OCR) on Online Consumers’ PurchaseIntention”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*Journal Of Business Research-TurkVol.12 No.2, 2020, h,991

			kekurangan yang dimiliki produk
		6. <i>Preceived Control</i> (Kontrol yang dirasakan)	1) Produk yang memiliki banyak <i>review</i> positif maka semakin baik juga kualitas yang dimiliki produk kosmetik Wardah
			2) Saya akan mencari alternatif produk lain jika ada <i>review negative</i> pada produk kosmetik Wardah

Sumber: Teori Kalthoum dan Huseynov, yang diolah penulis 2022.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam studi ini bisa didapat dengan memakai metode kuesioner, metode observasi, metode dokumentasi.

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apayang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner bisa berbentuk pertanyaan-pernyataan tertutup atau terbuka, bisa diberikan pada responden secara langsung atau dikirim lewat pos, atau internet.¹⁸ Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan ialah kuesioner tertutup, dimana ialah teknik pengumpulan data dengan memakai kuesioner atau daftar pertanyaan yang telah ditentukan opsi jawabannya.¹⁹

Dalam menyusun sebuah kuesioner yang seringkali dipakai ialah Skala Likert yang dikembangkan oleh Likert. Skala Likert dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang perihal fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator itu dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang bisa berwujud pernyataan atau pertanyaan. Jawaban tiap-tiap item instrumen yang memakai Skala Likert memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang bisa berwujud kata-kata antara lain:²⁰

Tabel3.6
Skala Likert

Option	Nilai Skala Positif	Nilai Skala Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet.19*, (Bandung: Afabeta, 2013),142

¹⁹Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Studi kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016),82

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet.19*, (Bandung: Afabeta, 2013),93

Sangat Tidak Setuju	1	5
---------------------	---	---

Sumber: Sugiyono, 2013, 93

Sesudah diketahui rerata skor, maka akan dibuat nilai presentasi total skor untuk menentukan nilai masing-masing variabel yang dipakai, Atmajaya menuturkan bahwa untuk mencari TCR bisa dipakai rumus sebagai berikut:²¹

$$\text{skor} = \frac{\text{rata - rata skor}}{5} \times 100\%$$

Dengan rentang nilai sebagai berikut:

Tabel 3. 7
Rentang Skala TCR

No	Rentang Skala	TCR
1.	0-35,99%	Sangat Tidak Baik
2.	36-55,99%	Tidak Baik
3.	56-65,99%	Cukup Baik
4.	66-80,99%	Baik
5.	>90%	Sangat Baik

Sumber: Sabarijal Lul Fikri dan Nova Begawati, 285, 2020

2. Observasi

Observasi ialah teknik pengumpulan data yang dimaksudkan untuk menjalankan pengamatan dari sejumlah fenomena/ situasi/ kondisi yang terjadi. Jika sumber data berwujud orang, maka observasi diperlukan untuk bisa memahami proses terjadinya wawancara: tabiat subjek selama wawancara, interaksi subjek dengan peneliti dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga bisa memberikan data tambahan pada hasil wawancara.²²

Teknik pengumpulan data dengan observasi dipakai bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.²³Peneliti melakukan observasi langsung pada

²¹Sabarijal Lul Fikri dan Nova Begawati, "Pengaruh Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT.Tri Sapta Jaya Cabang Padang" *Matua Jurnal (Pengembangan Ilmu Manajemen dan Bisnis)* Vol.2 No.4 (2020), 285. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/220>

²²Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Studi kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 82

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet.19*, (Bandung: Afabeta, 2013), 145

pelanggan produk Wardah di kalangan mahasiswa FEBI IAIN Kudus untuk mendapat data-data yang diperlukan dan mendistribusikan angket pada pelanggan produk Wardah yang pernah menjalankan pembelian produk Wardah di aplikasi Shopee.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi ialah sebuah teknik pengumpulan data yang berbentuk book arsip dan dokumen seperti foto, hasil karya seseorang, angka dan picture yang memuat sebuah keterangan perihal persoalan penelitian. Dokumentasi itu dalam proses penelitian bisa dijadikan sebagai sumber data pokok ataupun hanya sebagai data penunjang eksplorasi persoalan penelitian.²⁴

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.²⁵ Instrumen yang valid berarti alat ukur yang dipakai untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument itu bisa digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.²⁶

Uji validitas instrumen dilakukan untuk menguak fakta perihal seberapa jauh instrument penelitian mampu mencerminkan isi sesuai dengan hal dan sifat yang diukur. Artinya, setiap butir instrumen telah benar-benar mengilustrasikan keseluruhan isi atau sifat bangun konsep

²⁴Nanang Martono, *Metode Studi kuantitatif: Analisis Isi dan Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016),87

²⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian suatu pendekatanpraktik*, (Jakarta: Rineka Cipta. 2010),168 dikutip dalam Andres Prijaya Chandra dan Thomas Santoso, “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, DanHarga Pada Keputusan Pembelian DiOutlet Mini Melts Surabaya”, *Agora* Vol. 7, No. 1 2019,3

²⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet.19*, (Bandung: Afabeta, 2013),121

yang menjadi dasar penyusunan instrumen.²⁷ Jadi jika uji validitas bisa diketahui dengan melihat r_{hitung} , jika $r_{hitung} \text{ sig} > 0,05 = \text{valid}$ dan $r_{hitung} \leq 0,05 = \text{tidak valid}$.²⁸ Berikut ialah tabel hasil uji validitas dari kuesioner penelitian:

a) Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 3.8
Uji Validitas Non Responden X1

Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation (r_{hitung})	r tabel	Keterangan
X1.1	0,634	0,361	Valid
X1.2	0,527	0,361	Valid
X1.3	0,637	0,361	Valid
X1.4	0,795	0,361	Valid
X1.5	0,618	0,361	Valid
X1.6	0,622	0,361	Valid
X1.7	0,581	0,361	Valid
X1.8	0,389	0,361	Valid
X1.9	0,732	0,361	Valid
X1.10	0,684	0,361	Valid
X1.11	0,593	0,361	Valid
X1.12	0,745	0,361	Valid
X1.13	0,617	0,361	Valid

Sumber: Data Output SPSS 24 yang diolah tahun 2022

Pada tabel di atas, bisa dilihat, yakni 13 item yang membangun tiap-tiap pertanyaan dari angket memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{hitung} > 0,361$), artinya 13 item variabel kualitas produk ialah valid. Sehingga item pada variabel X1 ialah item yang relevan untuk mengukur kualitas produk.

²⁷Andres Prijaya Chandra dan Thomas Santoso, “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya”, *Agora* Vol. 7, No. 1 2019,3

²⁸Desi Sari Fatmalawati dan Ana Noor A., “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Pada Minat Pembelian Ulang Kosmetik PT. Paragon Technology And Innovation”, *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol.10 No.2, 2021,179

b) Variabel Harga (X2)

Tabel 3.9
Uji Validitas Non Responden X2

Item Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r_{hitung})	r tabel	Keterangan
X2.1	0,733	0,361	Valid
X2.2	0,447	0,361	Valid
X2.3	0,706	0,361	Valid
X2.4	0,805	0,361	Valid
X2.5	0,831	0,361	Valid

Sumber: Data Output SPSS 24 yang diolah tahun 2022

Pada tabel di atas, bisa dilihat bahwa 5item yang membangun tiap-tiap pertanyaan dari angket memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{hitung} > 0,361$), artinya 5 item variabel kualitas produk ialah valid. Sehingga item pada variabel X2 ialah item yang relevan untuk mengukur harga.

c) Variabel *Online Customer Review* (X3)

Tabel 3.10
Uji Validitas Non Responden X3

Item Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r_{hitung})	r tabel	Keterangan
X3.1	0,534	0,361	Valid
X3.2	0,393	0,361	Valid
X3.3	0,462	0,361	Valid
X3.4	0,523	0,361	Valid
X3.5	0,559	0,361	Valid
X3.6	0,368	0,361	Valid

Sumber: Data Output SPSS yang diolah tahun 2022

Pada tabel di atas, bisa dilihat bahwa 6item yang membangun tiap-tiap pertanyaan dari angket memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{hitung} > 0,361$), artinya 6item variabel kualitas produk ialah valid. Sehingga item pada variabel X3 ialah item yang relevan untuk mengukur *Online Customer Review*.

d) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3.11
Uji Validitas Non Responden Y

Item Pertanyaan	<i>Corrected Item-Total Correlation (r hitung)</i>	r tabel	Keterangan
Y.1	0,546	0,361	Valid
Y.2	0,540	0,361	Valid
Y.3	0,608	0,361	Valid
Y.4	0,661	0,361	Valid
Y.5	0,656	0,361	Valid
Y.6	0,679	0,361	Valid
Y.7	0,497	0,361	Valid
Y.8	0,667	0,361	Valid
Y.9	0,693	0,361	Valid
Y.10	0,366	0,361	Valid

Sumber: Data Output SPSS 24 yang diolah tahun 2022

Pada tabel di atas, bisa dilihat bahwa 10item yang membangun tiap-tiap pertanyaan dari angket memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{hitung} > 0,361$), artinya 10item variabel kualitas produk ialah valid. Sehingga item pada variabel Y ialah item yang relevan untuk mengukur keputusan pembelian.

b. Uji Reliabilitas

Ialah uji yang dilakukan untuk menguak fakta perihal kehandalan (tingkat kepercayaan) suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang dikaji. Suatu instrumen penelitian bisa memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, jika hasil dari pengujian instrumen itu menunjukkan hasil yang relatif tetap (konsisten). Dengan demikian, masalah reliabilitas instrumen berhubungan dengan persoalan ketepatan hasil. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguak fakta perihal tingkat kestabilan suatu alat ukur.²⁹

²⁹Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Studi kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016),97

Jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka pertanyaan kuesioner bisa dinyatakan reliabel.³⁰ Dalam menguji reliabilitas kuesioner studi ini peneliti memanfaatkan bantuan program olah data SPSS, dengan hasil uji yang dijelaskan dibawah ini:

Tabel 3.12
Uji Reliabilitas Non Responden

Variabel	Reliability Coefficient	Hasil Cronbach's Alpha	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	13 item	0,862	0,600	Reliabel
Harga (X2)	5 item	0,795	0,600	Reliabel
Online Customer Review (X3)	6 item	0,631	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	10 item	0,780	0,600	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS 24 yang diolah tahun 2022

Berdasar data pada table diatas, bisa diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki hasil uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* > 0,60 yang artinya semua variabel bisa dikatakan reliabel.

2. Uji Asmsi Klasik

Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik ialah untuk memberikan keyakinan perihal persamaan regresi yang dihasilkan memiliki ketepatan dalam estimasi tidak bisadan konsisten. Uji asumsi klasik memiliki tiga bahasan, yakni uji normalitas residual, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.³¹

³⁰Mia Adisty Amin dan Lucky Rachmawati, "Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan *Online Consumer Review* Pada Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol.3. No.2, 2020, 155.

³¹Ce Gunawan, *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 108 <https://books.google.co.id/books?id=babXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=false>

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual pada model regresi dilakukan untuk menguak fakta perihal apakah nilai residual yang didapat dari regresi terdistribusi normal atau tidak normal. satu dari sekian metode untuk melakukan uji ini, yakni dengan metode grafik. Uji normalitas dengan metode grafik dilakukan dengan cara memperhatikan persebaran data pada sumber diagonal dan pada grafik normal p-p *Plot of Regression Standardized residual*. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.³²

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Gozali dalam Prijaya Uji multikolinearitas bermaksud untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi hubungan diantara variabel independen (bebas). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal ialah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Jika terjadi gejala multikolinearitas, maka langkah untuk memperbaiki model ialah dengan menghilangkan variabel dari model regresi, sehingga bisa dipilih model yang paling baik.³³

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gozali dalam Rabiana Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka dinyatakan homokedastisitas dan jika memiliki perbedaan maka dinyatakan heteroskedastisitas. Dasar dari pengambilan keputusan perihal terjadinya gejala

³²Ce Gunawan, *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 108 <https://books.google.co.id/books?id=babXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=false>

³³Andres Prijaya Chandra dan Thomas Santoso, "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya", *Agora* Vol. 7, No. 1 2019,3

heteroskedastisitas, yakni jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.³⁴

3. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier ialah sebuah analisis yang dilakukan guna mengetahui pengaruh atau relasi secara linear antara variabel terikat dengan variabel bebas, dan guna memprediksikan atau memprediksi suatu nilai dari variabel dependen berlandaskan variabel independen. wujud analisis berganda ini ialah sebagai berikut:³⁵

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y = variabel terikat, yakni minat memakai

β = koefisien regresi, yakni nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang dilandaskan pada variabel X1, X2 dan X3

X1 = variabel bebas, yakni kualitas produk

X2 = variabel bebas, yakni harga

X3 = variabel bebas, yakni *online customer review*

a = konstanta, yakni nilai Y jika X1, X3 dan X2 selaras dengan nol

2. Uji T (Uji Parsial)

Sugiyono menuturkan bahwa uji t (*t-test*) ialah uji koefisien regresi secara parsial, yang memiliki tujuan untuk bisa mengetahui signifikansi kontribusi secara parsial dari variabel bebas pada variabel terikat dengan menganggap bahwa variabel bebas yang lain dianggap konstan.³⁶ Uji t ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 16 dengan kriteria yang dipakai untuk menentukan apakah suatu variabel independen secara individu memiliki pengaruh pada variabel dependen atau tidak ialah sebagai berikut:

³⁴ Riska Rabiana dan Baso Akib, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Maklumat Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Shopee (Studi Kasus: Pemakai Aplikasi Shopee)", *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* Vol.4 No.1, 2020, 26

³⁵ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: WADE Group, 2016), 161

³⁶ Muhammad Yusuf Dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*, (Bogor: IPB Press, 2018), 134 https://books.google.co.id/books?id=qrkREAAAOBAJ&pg=PA134&dq=uji+persial&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwiip_fR3bTuAhVESX0KHTmPAa4Q06AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=uji%0persial&f=false

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai dari probabilitas signifikansinya $< \alpha$ (0.05), maka dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel kualitas produk, variabel harga dan *Online Customer Review* berpengaruh pada keputusan pembelian pada produk Wardah
 2. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan dari nilai probabilitas signifikansinya $> \alpha$ (0.05), maka dikatakan H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel kualitas produk, variabel harga dan *Online Customer Review* tidak berpengaruh pada keputusan pembelian pada produk Wardah.
- 3. Uji Simultan (Uji F)**

Uji F dilakukan guna mengetahui apakah semua variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel terikat. Derajat kepercayaan yang dipakai adalah 0.05. Jika nilai dari F hasil perhitungan memiliki hasil lebih besar daripada nilai dari F tabel maka hipotesis alternatif, yang mengindikasikan bahwa semua variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh signifikan pada variabel terikat.³⁷

Uji simultan pada studi ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 16 dengan kriteria yang dipakai untuk menentukan apakah variabel bebas secara bersama memiliki pengaruh pada variabel terikat atau tidak sebagai berikut:

- 1) Jika nilai dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas sig $< \alpha$ 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima variabel kualitas produk, variabel harga dan *Online Customer Review* secara bersama-sama berimbas pada keputusan pembelian produk Wardah.
- 2) Jika nilai dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas sig $> \alpha$ 0.05 , maka H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel kualitas produk, variabel harga dan *Online Customer Review* secara bersama-sama tidak berpengaruh pada keputusan pembelian produk wardah.

4. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi, yakni sebuah ukuran yang menunjukkan besarnya sumbangan dari variabel penjelas pada variabel respon. Koefisien determinasi bisa

³⁷Mulyono, *Berprestasi Lewat JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*, (Yogyakarta: Budi Utama 2018), 113

menunjukkan ragam (variasi) transformasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keberagaman dalam variabel Y yang bisa dijelaskan oleh beragamannya nilai-nilai variabel X). Jika nilai dari koefisien determinasi selaras dengan satu, maka garis regresi yang terwujud memiliki kecocokan secara sempurna dengan nilai-nilai observasi yang didapatkan. Dalam hal nilai koefisien determinasi sesuai dengan satu berarti ragam naik turunnya Y seluruhnya disebabkan X. Dengan demikian, bila nilai X diketahui, nilai Y bisa diramalkan secara sempurna.³⁸

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur fakta perihai seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan secara bersama-sama dengan variabel independen. Nilai R^2 ini terletak antara nol dan satu. Jika R^2 mendekati nol, berarti sedikit sekali variasi variabel dependen yang bisa diterangkan oleh variabel independen. Jika nilai R^2 bergerak mendekati satu berarti semakin besar variasi variabel dependen yang bisa diterangkan. Dalam perhitungan nilai $R^2=0$ ini mengindikasikan bahwa variabel dependen tidak bisa dijelaskan oleh variabel.³⁹

³⁸Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 259 <https://books.google.co.id/books?id=saZED8D4mpsC&pg=PA259&dq=koefisien+determinasi+ialah&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwiH06bW9rTuAhVMfX0KHUzgCq0Q6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q=koefisien%20determinasi%20ialah&f=false>

³⁹Andres Prijaya Chandra dan Thomas Santoso, "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya", *Agora* Vol. 7, No. 1 2019,3