

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dari skripsi ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistika dengan tujuan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2020).

Dalam penelitian ini, akan mencari hubungan antara dua variabel independent, yaitu kualitas produk dan *brand trust*, terhadap satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Penelitian kuantitatif menggunakan metode pengumpulan data berupa angka atau data numerik yang kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik statistik.

B. Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Klinik Kecantikan Hils *Beauty* lebih tepatnya di Desa Gunung Pasir Jaya Lampung Timur dengan target respondennya adalah konsumen yang melakukan transaksi di Hils *Beauty* dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2024.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang bertransaksi pada klinik kecantikan Hils *Beauty* di Desa Gunung Pasir Jaya Lampung Timur dari bulan April 2023 sampai dengan bulan Maret 2024. Populasi tersebut diketahui terdapat sebanyak 442 konsumen yang datang dan melakukan transaksi serta memiliki rekam medik pada klinik kecantikan Hils *Beauty* di Lampung Timur.

2. Sampel

Sampel merupakan jumlah dan karakteristik suatu populasi bila populasinya besar dan tidak mungkin bagi seorang peneliti untuk mempelajari semuanya (Sugiyono, 2022). Menurut Arpan (2023) sampel adalah bagian dari populasi yang artinya bisa setengah, sepertiga, sebagian kecil atau bahkan bisa seluruhnya jika populasi tidak banyak. Namun, jika populasi berjumlah besar maka peneliti tidak mungkin melakukan penelitian kepada seluruh populasi yang ada. Pada penelitian ini akan digunakan Teknik penarikan sampel dengan metode *purposive*

sampling yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan dengan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan sampel. Pertimbangan yang digunakan atau yang sesuai dengan kriteria adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pada Klinik Kecantikan Hils *Beauty* pada bulan April 2023 sampai dengan bulan Maret 2024 dan memiliki rekam medik.

Jadi, penelitian ini untuk menentukan ukuran jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai responden dapat ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

E = Persentase kelonggaran ketidak terikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung untuk mendapatkan jumlah sampel yang dapat diambil sebagai penelitian jika menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kepercayaan 90%, dan tingkat error 10% adalah:

$$n = \frac{442}{1+442(0,1)^2} = \frac{442}{1+442(0,01)} = \frac{442}{5,42} = 81,54 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan diatas, maka didapatkan sebanyak 81,54 responden, supaya penelitian ini lebih mudah maka dibulatkan menjadi 82 responden. Untuk mendapatkan data dari responden peneliti datang langsung ke Klinik Kecantikan Hils *Beauty* dan membagikan langsung kuesioner kepada konsumen yang datang untuk bertransaksi.

D. Sumber dan Jenis Data (*optional*)

Untuk sumber dan jenis data yang tepat, peneliti perlu melihat secara spesifik. Namun, pada umumnya sumber data dapat dibedakan menjadi dua yakni :

1. Data Primer

Sumber data yang berasal langsung dari pengumpulan data kuantitatif yang diperoleh dari pembagian kuesioner.

2. Data Sekunder

Sumber data yang berasal dari data tidak langsung, yang dapat berasal dari studi Pustaka, artikel serta berita terkait penelitian. Dalam penelitian ini data kuantitatif yang bisa digunakan berasal dari data penjualan atau transaksi konsumen pada klinik kecantikan Hils *Beauty*.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), definisi variabel penelitian merupakan karakteristik atau atribut dari inidividu atau organisasi yang dapat diukur atau observasi yang bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan instrument pengumpulan data berupa kuesioner untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian dengan jawaban menggunakan skala *Likert*. Dari definisi operasional variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	No Kuesioner	Skala
1.	Kualitas produk	Kualitas produk merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan yang terbaik untuk konsumen yang dituangkan dalam suatu produk	a.Bentuk b.Penyesuaian c.Ketahanan d.Keandalan	1-2 3-4 5-6 7-8	Likert
2.	<i>Brand trust</i>	<i>Brand trust</i> merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan	a. Kepercayaan merek b.Keamanan merek c.Kejujuran merek	9-10 11-12 13-14	Likert

		kejujuran sehingga menguatkan kepercayaan konsumen akan produk yang akan dikonsumsi.			
3.	Keputusan pembelian	Keputusan pembelian merupakan penyelesaian masalah pada suatu produk atau jasa.	a.Pengenalan kebutuhan b.Pencarian Informasi c.Evaluasi alternatif d.Keputusan pembelian e.Perilaku pasca pembelian	15-16 17-18 19-20 21-22 23-24	Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu bagian dalam penelitian yang berisi pertanyaan. Pada penelitian ini kuesioner yang diajukan mengenai pengaruh kualitas produk dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian. Skala pengukuran dalam penelitian menggunakan Skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi konsumen. Berikut bobot jawaban dari pertanyaan yang akan diajukan:

Tabel 3. 2
Tabel Skala Likert

Keterangan Pertanyaan	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
KS (Kurang Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan mengolah data secara sistematis yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi dengan mengkategorikan dan menjabarkan kedalam unit-unit yang sistesis dalam pola dan memilih mana yang penting dan membuat kesimpulan.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk mendapatkan data validitas, berikut

rumus korelasi yang digunakan dengan menggunakan uji korelasi

Pearson Product Moment pada SPSS 25:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - \sum Y\}^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah subyek/responden

X = Skor butir

Y = Skor total

$\sum XY$ = Jumlah instrumen X dikalikan jumlah instrumen Y

$\sum(X)^2$ = Jumlah kuadrat kriteria X

Pengambilan keputusan bahwa setiap indikator valid :

1. Apabila nilai r hitung $>$ atau sama dengan r tabel atau signifikasi berada dibawah 0,05 maka dikatakan valid.
2. Apabila r hitung $<$ atau sama dengan r tabel atau signifikasi berada di atas 0,05 maka dikatakan tidak valid.

Untuk menentukan r hitung, dibantu dengan program spss yang dinyatakan dengan nilai *correted item total correlation*.

b. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, maka akan dilakukan uji realibitas. Uji realibitas pada penelitian ini menggunakan rumus alpha, karena data yang diambil melalui kuisisioner dan indikator yang ada pada kuesioner tidak dapat dipisahkan. Untuk menginterpretasikan besarnya nilai alpha akan reliabel apabila alpha indeksnya diatas nilai 0,6. Uji ini akan dilakukan pada 30 responden dan dengan analisis menggunakan *Cronbach's Alpha* pada SPSS 25, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = [\frac{1}{k-1}][1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t}]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas tes secara keseluruhan

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

$\sigma^2 t$ = varians total

Selanjutnya, untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alphaindeks korelasi sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Korelasi r Alpha indeks

Nilai Korelasi	Keterangan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang didapat dari sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau sebaliknya. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *non parametric one sample Kolmogorov Smirnov* dengan *Monte Carlo*.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1) H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.

H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

2) Apabila $(Sig) > 0,05$ maka H_0 diterima (Normal).

Apabila $(Sig) < 0,05$ maka H_a ditolak (Tidak Normal).

- 3) Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 25*).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution 25*). Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidaknya. Berikut hipotesis yang digunakan:

Ho : Model regresi berbentuk linear.

Ha : Model regresi tidak berbentuk linear.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

Jika probabilitas (Sig) > alpha (0,05) maka Ho diterima

Jika probabilitas (Sig) < alpha (0,05) maka Ho ditolak.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat antara variabel bebas yang diikuti sertakan dalam membentuk model regresi linier melalui program SPSS 25. Berikut prosedur pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini:

- 1) Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinearitas.

Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinearitas.

2) Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinearitas.

Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji pada sebuah model regresi yang terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Glejser* dalam uji heteroskedastisitas dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1) Jika nilai signifikan > 0.05 , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

2) Jika nilai signifikan < 0.05 , maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Menurut Sanusi (2017) regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu dependen variabel dengan dua atau lebih independen variabel. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = A + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

e = Variabel Pengganggu.

A = Konstanta.

X1 = Variabel Kualitas Produk (X1).

X2 = Variabel Brand Trust (X2)

Y = Nilai variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).

b₁, b₂ = Koefisien regresi X₁X₂.

b. Uji Parsial (Uji-t)

Dilakukan untuk menguji signifikan masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel bebas mana yang lebih berpengaruh diantara kedua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Rumusan Hipotesis:

- 1) Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk Hils *Beauty* di Lampung Timur.

Ha: Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk Hils *Beauty* di Lampung Timur.

2) Pengaruh *Brand Trust* (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian Produk Hils *Beauty* di Lampung Timur.

Ha: Terdapat pengaruh signifikan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hils *Beauty* di Lampung Timur.

Kriteria Pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (Sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

- a) Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.
- b) Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima.

c. Uji Parsial (Uji-F)

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1,X2) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Pengelolaan data ini menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service Seri 25*).

Rumusan Hipotesis:

Ho : Kualitas produk (X1) dan *brand trust* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hils *Beauty* di Lampung Timur (Y).

Ha : Kualitas produk (X1) dan *brand trust* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hils *Beauty* di Lampung Timur (Y).

Kriteria Pengujian:

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 (5%).

Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $(sig) \geq \alpha (0,05)$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- 2) Jika nilai $(sig) < \alpha (0,05)$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

