

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada aliran positivme, yang digunakan paada populasi dan sampel tertentu, serta pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian yang bertujuan menejelaskan dan menganalisis hipotesis yang telah di tetapkan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Moisturizer Originote* Di Kalangan Gen Z Kota Jambi. Pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner dan pengukuran dengan skala likert.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Menurut (Sugiyono 2019), populasi merupakan penyamarataan wilayah yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kapasistas dan keunikan tertentu yang kemudian dipilih oleh peneliti untuk diteliti lebih lanjut dan kemudian memperoleh sebuah kesimpulan.

Berdasarkan pemaparan diatas maka populasi yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah seluruh Gen Z di Kota Jambi yang lahir antara tahun 1997-2012 dan pernah melakkan pembelian *Moisturizer Originote* minimal 1 kali. Populasi dalam penelitian ini dengan jumlah populasi tidak di ketahui.

##### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah bagian yang terdiri dari suatu ukuran dan karakteristik dari populasi. Besarnya sampel dilihat dar beberapa faktor mulai dari sumber daya manusia, waktu dan material untuk meneliti seluruh populasi, untuk itu sampel yang dipilih harus

sesuai agar dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2019). Dengan begitu penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel tanpa memberikan kesempatan yang sama pada masing-masing anggota populasi ntk menjadi sampel penelitian melali metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono., 2020) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan karakterisitk tertentu. Dengan demikian diharapkan kriteria sampel yang di peroleh dengan metode *purposive sampling* benar-benar sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Gen Z dengan rentang kelahiran tahun 1997-2012
- Berdomisili di Kota Jambi
- Pernah melakukan pembelian *Moisturizer Originote* minimal 1 kali atau lebih

Penentuan jumlah sampel dengan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka rumus yang digunakan untuk menentukan besaran sampel adalah rumus Lameshow.

$$n = \frac{Z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

**n** = Jumlah Sampel

**Z** = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

**P** = Maksimal Estimasi = 0,5

**D** = Tingkat Kesalahan 10% = 0,1

Berdasarkan rumus di atas maka jumlah sampel yang akan di dapat dan digunakan adalah :

$$n = \frac{Z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

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

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

**n = 96,04** dibulatkan menjadi **(97)**

Berdasarkan perhitungan diatas maka di peroleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 97 orang/responden yang akan dijadikan ukuran sampel penelitian.

### **3.3 Sumber Data**

#### **3.3.1 Data Primer**

(Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa data primer adalah data yang diambil langsung dari sumbernya dan disediakan bagi mereka yang mengumpulkan atau mempelajari data tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa kuesioner yang dimana responden memilih jawaban dengan memberikan tanda ceklis pada jawaban yang sesuai menurut responden. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menyebarkan secara online melalui *google.document* yang disebarkan oleh peneliti melalui platform *WhatsApp*.

#### **3.3.2 Data Sekunder**

(Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa data sekunder merupakan data yang secara tidak langsung diberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen atau melalui perantara orang lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data transportasi jasa yang sering digunakan pada tahun 2020. Sumber data ini peneliti peroleh secara tidak langsung melalui media perantara yang sifatnya saling melengkapi. Data sekunder dalam penelitian ini juga diperoleh dari berbagai bahan pustaka baik berupa jurnal, buku, data elektronik yang peneliti ambil melalui internet serta dokumen-dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan Kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Kuesioner

Menurut (Herlina, 2019) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden dalam penelitian ini adalah para Gen Z di Kota Jambi yang pernah melakukan pembelian *Moisturizer Originote* minimal 1 kali atau lebih, untuk mendapatkan data dan informasi berupa jawaban atas pertanyaan yang berhubungan dengan kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

Setiap jawaban yang diberikan oleh responden diberi nilai dengan menggunakan skala likert dan memberikan 5 (lima) alternative jawaban kepada responden. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan *google.document* yang disebarkan secara online melalui platform *WhatsApp*, dengan begitu responden dalam penelitian ini dapat mengisi kuesioner dengan optimal.

Rentang nilai yang diberikan adalah 1-5, seperti yang tertera pada tabel 3.1:

**Skala Likert**

<b>Kode</b>	<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Skala ini digunakan untuk mengukur minat penggunaan *Moisturizer Originote* dari setiap penggunaannya dan data yang diperoleh oleh peneliti adalah data yang harus diolah lagi.

### 3.5 Tabel Operasional Variabel

Operasional variabel digunakan untuk menentukan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini, dan juga bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel seperti yang tertera pada Tabel 3.1

#### Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Kualitas produk (X1) Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memergakan fungsinya. (Nur Fauzi, 2023)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Beberapa lama dalam penggunaan produk yang kita gunakan sebagai perbaikan produk yang performance.</li> <li>b. <i>Range and type of features</i>, berkaitan dengan sebuah fungsi dari produk.</li> <li>c. <i>Reability atau Durbaility</i>, adanya berkaitan dengan kehandalan diperlukan.</li> <li>d. <i>Sensory Characteristic</i> penampilan, corak, daya Tarik, variasi suatu produk.</li> <li>e. <i>Ethical Profile and Image</i>, berkaitan dengan kesan seseorang pembeli kepada produk.</li> </ul>	Likert
1	Harga (X2) Harga merupakan jumlah uang yang umumnya dibayarkan untuk memperoleh suatu produk. (Elfan Elpanso (2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Keterjangkauan Harga</li> <li>b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>c. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> <li>d. Daya saing harga</li> </ul>	Likert

No	Variabel	Indikator	Skala
3	Keputusan Pembelian (Y) Merupakan serangkaian proses pengenalan masalah, mencari informasi, yang mengarah pada keputusan pembelian (septyadi et al, 2021)	a. Pembelian produk b. Pembelian merek c. Pemilohan saluran pembelian d. Penentuan waktu pembelian e. Jumlah pembelian	Likert

### 3.6 Metode Analisis Data

#### 3.6.1 analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah metode statistic yang digunakan untk menganalisis data dengn cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang diperoleh secara apa adanya (Sugiyono, 2020). Data kemudian disimpulkan dengan ketentuan dan proses analisis data dibantu dengan program SPSS (*Statistic Package For The Social Science*) versi 30 untuk memperoleh deskripsi jawaban responden terhadap variabel penelitian.

#### 3.6.2 Uji Instrumen Penelitian

##### 3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsinya (Darma,2021). Uji ini diukur untuk mengukur setiap pertanyaan yang digunakan dalam penelitian dapat di anggap valid atau tidak. Dilakukan dengan mambandingkan nilai r hitung (**Pearson Correlation**) dengan nilai r tabel. Kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- 2) Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ , maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

### 3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat terpercaya. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai **Cronbach's alpha** dengan tingkat taraf signifikan 0,60. Apabila nilai dari Cronbach's alpha dari masing-masing variabel  $> 0,60$  maka dikatakan reliabel dan sebaliknya.

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan **One Sample Kolmogorov-Smirnov test** atau **Shapiro-Wilk test**. Data dianggap terdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05, dan sebaliknya.

#### 3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua variabel independen dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance* nya. Jika nilai  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$  maka dinyatakan tidak terjadi multikoleniaritas (Mardiatmoko, 2020)

#### 3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Cara pengujiannya dengan Uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolute residual. Residual adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang di prediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua). Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual  $> 0,05$  maka tidak heteroskedastisitas (Mardiatmoko, 2020).

### 3.6.4 Uji Pengaruh

#### 3.6.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Untuk menguji pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), digunakan **analisis regresi Linear berganda**. Persamaan regresi yang digunakan adalah ;

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Dimana ;

- Y = Keputusan Pembelian
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1$  = Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk
- $\beta_2$  = Koefisien regresi untuk variabel harga
- $\epsilon$  = Error term

#### 3.6.4.2 Koefisien Determinasi (R2)

Uji R2 digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen (kualitas produk dan harga) dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen (keputusan pembelian). Nilai R2 yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model regresi lebih baik.

### 3.6.5 Uji Hipotesis

#### 3.6.5.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial (Uji-t) digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1. Jika nilai signifikan  $> 0,005$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan  $< 0,005$  maka hipotesis diterima (Koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

### **3.6.5.2 Uji Simultan (Uji-F)**

Uji Simultan (Uji-F) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel independen Kualitas Produk (X1), Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y). Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (*p-value*) dan membandingkan dengan taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.