

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan judul dari yang peneliti susun jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numerikal* (angka) dan pengolahan data dengan metode statistika.⁶⁵

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sabun pembersih wajah Wardah, oleh sebab itu penelitian ini memprediksi pengaruh suatu variabel yang membuktikan ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas X yakni Persepsi Kualitas Produk terhadap variabel Y yakni Keputusan Pembelian.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono mendefinisikan populasi merupakan wilayah untuk mengenerelasasi yang mana terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya.⁶⁶ Penelitian yang dilakukan di Kampus IAINU TUBAN Program Pendidikan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah. Terletak di jalan Manunggal No 10-12 Kec. Tuban Kab. Tuban ini populasinya ialah pada mahasiswa aktif

⁶⁵Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014).

⁶⁶Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 61.

PGMI IAINU Tuban dengan jumlah 107 mahasiswa.⁶⁷

2. Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode sampling insidental sampling atau *convenience sampling*, metode teknik ini untuk menentukan sampel dengan dasar kebetulan, yaitu siapa saja yang insidental/kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila sampel tersebut dipandang peneliti sebagai orang yang kebetulan ditemui.⁶⁸ Artinya, dalam pengumpulan data, peneliti menghubungkan responden dengan tanpa menghiraukan dimana asalnya (asalkan masih dalam populasi), atau dengan kata lain subjek yang mudah ditemui, sehingga pengumpulan datanya mudah. Jadi dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan kuesioner kepada mahasiswa aktif prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah IAINU Tuban yang sedang memakai sabun pembersih wajah wardah.

Cara menentukan jumlah sampel dilakukan dengan perhitungan statistik yaitu menggunakan Rumus Slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 107 mahasiswa. Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 5 %.⁶⁹

⁶⁷Data Akademik Program Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah IAINU Tuban 2021

⁶⁸V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 87

⁶⁹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011), h 158

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, kemudian dikuadratkan.

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah :

$$n = \frac{107}{1 + 107 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{107}{1 + 107 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{107}{1 + 0,275}$$

$$n = \frac{107}{1,275}$$

$$n = 83,92 \text{ dibulatkan (84)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka sampelnya adalah 84 mahasiswa PGMI IAINU Tuban.

C. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer meliputi data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil

wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang telah dilakukan peneliti.⁷⁰

Dalam data ini peneliti memperoleh data dari menyebar kuisisioner pada pengguna sabun pembersih wajah Wardah Mahasiswa PGMI IAINU Tuban.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melewati media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublish maupun yang tidak dipublis secara general.⁷¹ Dalam data ini peneliti memperoleh data dari buku, artikel, jurnal penelitian, dan penelitian-penelitian yang dipublikasikan di media elektronik.

D. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono data bisa dilakukan dengan kuisisioner (angket). Tetapi peneliti hanya mengambildata menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner instrumen penelitian.⁷²

Instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi yaitu menggunakan skala *Likert*, yaitu skala *Likert* adalah teknik mengukur sikap subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau tidak kesetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.

Bentuk skala dalam skala *Likert* menyajikan pertanyaan-pertanyaan

⁷⁰Riduwan, 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta), 24.

⁷¹Ibid.,

⁷²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 189.

favorable dan *unfavorable* dengan terdapat 4 jawaban yang terdiri dari sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS). Sebaliknya, item *unfavorable* diberi skor 1 apabila subyek memilih jawaban sangat setuju (SS), diberi diberi skor 2 jika subyek memilih jawaban setuju (S), skor 3 untuk jawaban tidak setuju (TS), dan skor 4 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS).⁷³

Tabel 2 Skor Skala Likert Model Likert

Skor Favorable	Respon Jawaban	Skor Unfavorable
4	Sangat Setuju (SS)	1
3	Setuju (S)	2
2	Tidak Setuju (TS)	3
1	Sangat tidak setuju (STS)	4

Alat ukur skala psikologi dibuat atas dasar teori dan aspek dari teori Kotler dan Keller untuk kualitas produk dan teori Kotler dan Armstrong untuk keputusan pembelian. Untuk pertimbangan dari ahli atau orang yang dianggap ahli dalam hal tersebut maka dilakukan *Profesional Judgment*.⁷⁴

Ada dua skala yang akan diberikan kepada subjek :

1. Aspek persepsi kualitas produk

Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori dari Kotler dan Keller yaitu berdasarkan 6 aspek kualitas produk yakni:

⁷³Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2010), 149.

⁷⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2009), 189.

a)Mutu kinerja, b)Keandalan, c)Keistimewaan, d)Daya tahan, e)Mutu kesesuaian, f)Gaya (*style*)⁷⁵

Tabel 3 indikator persepsi kualitas produk

ASPEK	INDIKATOR	NOMOR ITEM		Jumlah item	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
1. Mutu kinerja	a.Kemampuan produk mengangkat sisa makeup dan kotoran di wajah	6,21	11,18	4	14,5%
	b.Kemampuan produk membuat wajah segar dan cerah	7,27	31,39	4	
2.Keandalan	a.Minim efek samping negatif pemakaian produk	1,40	52,19	4	14,5%
	b.Kemampuan kemasan melindungi isi produk dari kerusakan	22,2	32,12	4	
3.Keistimewaan	a. Variasi fungsi produk	51,28	17,50	4	28%
	b. Variasi tekstur produk dan kandungan produk	8,26	13,41	4	
	c. Keterjangkauan harga produk	23,9	49,14	4	
	d. Variasi ukuran produk	24,42	20,15	4	
4.Daya tahan	a. Kesesuaian harga dengan volume produk	3,53	38,43	4	14,5%
	b. Ketahanan kualitas produk selama masa sebelum kadaluarsa	10,16	48,33	4	
5.Mutu kesesuaian	a. Kesesuaian fungsi produk antara yang diiklankan dan kenyataan	4,29	44,37	4	14,5%
	b. Kesesuaian kehalalan produk antara yang diiklankan dan komposisi bahannya	45,54	56,34	4	
6. Gaya	a. Kepercayaan diri setelah menggunakan produk	55,30	47,35	4	14,5%

⁷⁵Nurvica Sari, "Pengaruh Harga Terhadap Persepsi Kulit Produk" Kognisi Vol.2 No.2 Februari 2018

ASPEK	INDIKATOR	NOMOR ITEM		Jumlah item	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
	b. Perasaan tenang karena menggunakan produk halal	25,5	46,15	4	
Jumlah		28	28	56	100%

2. Aspek Keputusan Pembelian

Dalam skala ini menggunakan teori Kotler dan Armstrong, adapun aspeknya yaitu. a) Tujuan dalam membeli sebuah produk, b) Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek, c) Kemantapan pada sebuah produk, d) Memberikan rekomendasi kepada orang lain, e) Melakukan pembelian ulang.⁷⁶

Tabel 4 Indikator Keputusan Pembelian

ASPEK	INDIKATOR	NOMOR ITEM		Jumlah item	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
1. Tujuan dalam membeli sebuah produk	a. Mengetahui tujuan membeli produk	7,3	4,13	4	20%
	b. Mengetahui spesifikasi produk yang dicari sesuai kebutuhann	39,22	27,30	4	
2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek	a. Mencari informasi tentang produk yang akan dibeli	1,8	5,20	4	20%
	b. Membandingkan dan menilai beberapa produk serupa	14,2	23,6	4	
3. Kemantapan pada sebuah produk	a. Yakin terhadap produk yang akan dibeli	28,12	38,19	4	20%
	b. Melakukan pembelian	21,9	15,24	4	

⁷⁶Onny Setiawan, Elsa Serepina Simorangkir, dan Astri Ayu Purwati. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di PT Asaba Pekanbaru" *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 1 No.1 2020

ASPEK	INDIKATOR	NOMOR ITEM		Jumlah item	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
	produk secara mantab				
4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.	a. Merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada orang lain	29,16	18,37	4	20%
	b. Mempersuasi orang lain bahwa produk yang telah dibeli memuaskan	10,33	31,36	4	
5. Melakukan pembelian ulang	a. Menginternalisasi pengalaman selama menggunakan produk	34,25	40,32	4	20%
	b. Mengulangi membeli produk yang sama di kemudian hari	17,35	11,26	4	
Jumlah	20	20	40	100%	

Metode penelitian ini dilakukan dua kali, yang mana pada tahap pertama menggunakan uji coba aitem (*try out*) dengan total 56 aitem pada variabel persepsi kualitas produk dan 40 aitem pada variabel keputusan pembelian. Dimana subjeknya memiliki kesamaan ciri dengan subjek asli penelitian yaitu mahasiswa dengan menggunakan sabun wajah wardah selain mahasiswa PGMI IAINU Tuban.

Sedangkan yang kedua disebar setelah uji coba aitem yang mana subjeknya ialah subjek asli penelitian yaitu pada mahasiswa PGMI IAINU Tuban yang menggunakan sabun wajah wardah. Peneliti juga mengganti aitem yang telah gugur pada uji coba aitem yang pertama, jumlah aitem tetap sama pada awal penyebaran pada tahap pertama dan kedua yaitu 56 aitem untuk variabel persepsi kualitas produk dan 40 aitem untuk variabel

keputusan pembelian. Setelah pengumpulan data selesai, peneliti selanjutnya melakukan analisis menggunakan *SPSS for Windows Evaluation Version 16.0*.⁷⁷

E. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini untuk dapat menjelaskan dan mengungkapkan variabel penelitian secara tunggal dilakukan maka menggunakan analisis mean (rata-rata), distribusi frekuensi, penghitungan interval serta standar deviasi, hal tersebut merupakan jenis analisis teknik analisis deskriptif.⁷⁸

2. Analisis Uji Instrumen

a. Uji validitas

Uji validitas untuk mengetahui sejauh mana kemampuan skala dalam menghasilkan data yang akurat dan sesuai dengan fungsi ukurnya.⁷⁹ Jika instrumen valid dapat digunakan untuk mengukur apa yang diukur.

Uji validitas dalam melakukan penelitian ini menggunakan validitas isi dengan program penghitungan SPSS versi 16.0. Validitas isi skala yang dipakai dalam penelitian ini, dilakukan berdasarkan atas *Professional Judgment* yaitu pertimbangan dari ahli atau orang yang dianggap ahli dalam hal tersebut. Butir pertanyaan dikatakan valid

⁷⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0*, 77.

⁷⁸ S Zein, L Yasyifa, R Ghazi, E Harahap, FH Badruzzaman dan D Darmawan, "Pengolahan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS", *Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran*, 1 (Februari, 2019).

⁷⁹ Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, Edisi 2, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 131.

apabila nilai r hitung $>$ r tabel dari melihat tabel r di tingkat signifikansi 5%.⁸⁰

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode pengujian yang berguna untuk menetapkan apakah instrumen ini adalah kuesioner yang dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Nilai koefisien reliabilitas yang baik $>$ 0,6. Pengukuran validitas dan reliabilitas mutlak dilakukan, karena jika instrumen yang digunakan sudah tidak valid dan reliabel maka dapat dipastikan hasil penelitian tidak akan valid dan reliabel.⁸¹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas data

Data terdistribusi normal atau tidak maka peneliti melakukan pengujian data normalitas. Model regresi yang baik adalah memiliki data yang terdistribusi normal. Teknik yang digunakan dalam uji normalitas data dalam penelitian ini adalah dengan uji Kolmogorov-Smirnov menggunakan bantuan SPSS versi 16,0. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila sig pada Kolmogorov $>$ 0,05. Apabila data $<$ 0,05 maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.⁸²

⁸⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2009), 189.

⁸¹V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Globsl Media Informasi, 2008), 48.

⁸²Ibid.,

b. Uji linieritas

Terdapat data ada hubungan linier yang signifikan dari dua buah variabel yang sedang diteliti maka menggunakan uji linieritas. Uji linieritas juga merupakan prasyarat penggunaan analisis regresi dan korelasi. Data penelitian dikatakan linier jika pada table di sigLinearity nilai signifikansi $<0,05$.⁸³ Perhitungan dilakukan menggunakan program perhitungan *SPSS Versi 16.0 for Windows*.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus regresi yang di gunakan:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a : Konstanta

X : Variabel bebas (Persepsi Kualitas Produk)

b : koefisien regresi

e : Error item.⁸⁴

⁸³Wibowo, Agung Edy. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. 73.

⁸⁴Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua* (Jakarta: Bumi Aksara , 2006), 197.

b. Uji signifikan dengan uji t

Dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa pengaruh antara variabel dependen dan independen secara individu/secara parsial menggunakan analisis Uji t.⁸⁵ Menggunakan uji t berupa membandingkan nilai probabilitas signifikan dengan tingkatan kepercayaan tertentu yang dipilih (α). Dalam penelitian ini α yang digunakan adalah 5%, untuk melihat signifikan atau tidak dengan melihat tabel *coefficient* pada kolom t dan sig (p). Jika nilai sig < 0,05 maka variabel independen memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel dependen, begitu juga dengan sebaliknya.⁸⁶

c. Kriteria Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis, maka data yang telah terkumpul dianalisis dengan analisis statistik. Kesimpulan apakah H_0 diterima atau ditolak, dapat diketahui melewati interpretasi nilai signifikan pada teknik analisis statistik, jika nilai sig. < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, jika nilai sig. > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak maka persepsi kualitas produk tidak berhubungan terhadap keputusan pembelian.⁸⁷

⁸⁵Pramesti, Getut. *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), 87.

⁸⁶Singgih Santosa. *Menguasai Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. (Jakarta: PTElex Media Komputindo, 2015), 72.

⁸⁷Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 114.