

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam rangka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode kuantitatif menurut (Sugiyono, 2016) adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positifisme yang bersifat *statistics* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

Metode penelitian menurut (Sugiyono, 2016) adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan penelitian secara ilmiah mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif yaitu bentuk penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau menganalisis pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ), *Online Consumer Review* ( $X_2$ ), terhadap Keputusan Pembelian (Y).

#### **3.2 Sumber Data**

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung di lokasi penelitian dengan memberikan kuesioner yang di berikan kepada konsumen produk Sabun Pencuci Wajah Pond's Men di Bandar Lampung.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Menurut (Sugiyono, 2016) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan jenis penelitian survei. Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data – data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk

menjawab. Kuesioner dibagikan secara online kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Sabun Pencuci Wajah Pond's Men Di Bandar Lampung. Kuesioner menggunakan skala likert 1-5 dengan interpretasi berikut:

**Tabel 3.1. Interpretasi Skala Likert**

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (S)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Sugiyono (2016)*

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh tim peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya(Sugiyono, 2016). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk Sabun Pencuci Wajah Pond's Men Di Bandar Lampung Berjumlah 8628 pembeli.

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2016), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut karena banyaknya jumlah populasi maka penentuan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan memilih sekelompok individu atau unit tertentu untuk dianalisis. Peserta dipilih “dengan sengaja”, bukan secara acak. Ini juga dikenal sebagai pengambilan sampel yang menghakimi atau pengambilan sampel selektif. Ada beberapa kriteria sampel yang digunakan yaitu:

**Tabel 3.2. Data Kriteria Sampel**

No.	Kriteria Sampel
1	Laki-laki usia minimal 17 tahun
2	Berdomisili di Bandar Lampung
3	Pernah melakukan pembelian Sabun Pencuci Wajah Pond's Men minimal 2x di Bandar Lampung secara offline dalam kurun waktu 6 bulan terakhir
4	Pernah melihat <i>online customer review</i> Sabun Pencuci Wajah Pond's Men di internet

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus menurut Hair dalam Ridwan (2019) yang merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item indikator. Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Total indikator dalam penelitian ini adalah 11 indikator sehingga minimal ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 11 \times 10 \\ &= 110 \text{ responden minimal}\end{aligned}$$

### **3.5 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan Variabel oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

#### **3.5.1 Variabel Bebas (*Independen*)**

Adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini variabel independen adalah Kualitas Produk ( $X_1$ ), dan *Online Consumer Review* ( $X_2$ ).

#### **3.5.2 Variabel Terikat (*Dependen*)**

Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel**

	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Ukur</b>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah keputusan final yang dimiliki seorang pelanggan guna melakukan pembelian sebuah jasa maupun barang beserta sejumlah pertimbangan-pertimbangan khusus (Agustina & Hinggo, 2023)	Sebuah keputusan final konsumen untuk membeli sabun pembersih wajah Pond's Men setelah melalui pertimbangan-pertimbangan khusus	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi pasti.</li> <li>2. Memutuskan membeli karena merek</li> <li>3. Membeli karena butuh</li> <li>4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain (Kotler dan Keller, 2016)</li> </ol>	Interval
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Kotler et al, 2016)	Kemampuan sabun pembersih wajah Pond's Men dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Kotler et al, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kandungan komposisi produk</li> <li>2. Terbebas dari efek samping</li> <li>3. Daya ketahanan produk (Pakan, 2022)</li> </ol>	Interval
<i>Online Consumer Review</i> (X2)	Ulasan atau review yang berisi tentang hal-hal yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif tentang produk ataupun perusahaan (penjual) dan dibuat oleh	Ulasan atau review yang berisi tentang hal-hal yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif tentang sabun pencuci wajah Pond's Men ataupun	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesadaran</li> <li>2. Frekuensi</li> <li>3. Perbandingan</li> <li>4. Efek</li> </ol>	Interval

	para konsumen via internet (Park & Lee, 2009).	PT. Unilever, Tbk dan dibuat oleh para konsumen via internet (Park & Lee, 2009).	(Lackermair & dkk, 2013)	
--	--	--	--------------------------	--

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016), uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam melakukan pengujian ini peneliti menggunakan 30 responden, alasan peneliti menggunakan 30 responden karna distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurve normal dan dianggap mewakili.

Prosedur pengujian:

1. Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen valid

Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak valid

Apabila nilai (sig)  $< 0.05$  berarti sampel Valid.

Apabila nilai (sig)  $> 0.05$  berarti sampel tidak valid

2. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)
3. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{tabel}$  maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi, Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat di andalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali – kali dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian in, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program

SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20*) dan melihat nilainya.

**Tabel 3.4 Interpretasi Nilai R**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber: (Sugiyono, 2016)

1. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and service Solution seri 20*).
2. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, maka penghitung maka perhitungan instrumen tersebut mempunyai reliabilitas dari sangat tinggi sampai sangat rendah.

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas Data

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model Kolmogorov-Smirnov. Hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.  
 $H_a$  : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.
2. Apabila nilai (sig) < 0.05 berarti sampel tidak normal.  
Apabila nilai (sig) > 0.05 berarti sampel normal.
3. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)

### 3.8.2 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : Model regresi berbentuk linier.  
 $H_a$  : Model regresi tidak berbentuk linier.
2. Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima.  
Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak.
3. Kesimpulan
4. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0).

### 3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur  $(1 - R^2)$  di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai  $VIF \geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai  $VIF \leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai  $\text{tolerance} < 0,1$  maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas

3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,1 maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

### **3.9 Metode Analisis Data**

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel data respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data pada penelitian ini adalah *statistic inferensial* yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.

#### **3.9.1 Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Kualitas Produk ( $X_1$ ), *Online Consumer Review* ( $X_3$ ), terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20.0. dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + et$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

$X_1$  : Kualitas Produk

$X_2$  : *Online Consumer Review*

a : Konstanta

et : standar error (5%)

$b_1, b_2$ : Koefisien regresi



### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1 Uji t (Uji Parsial)

##### 1. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H_0$  = Kualitas produk ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada yang pernah melakukan pembelian produk sabun pencuci wajah Pond's Men di Bandar Lampung.

$H_a$  = Kualitas Produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada yang pernah melakukan pembelian produk sabun pencuci wajah Pond's Men di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- c. Jika nilai  $(sig) < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak.
- d. Jika nilai  $(sig) > 0.05$  maka  $H_0$  diterima.

##### 2. *Online Consumer Review* ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H_0$  = *Online Consumer Review* ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada yang pernah melakukan pembelian produk sabun pencuci wajah Pond's Men di Bandar Lampung.

$H_a$  = *Online Consumer Review* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada yang pernah melakukan pembelian produk sabun pencuci wajah Pond's Men di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- c. Jika nilai  $(sig) < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak.
- d. Jika nilai  $(sig) > 0.05$  maka  $H_0$  diterima

#### 3.10.2 Uji F (Uji Simultan)

**Uji F: Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan *Online Consumer Review* ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Sabun Pencuci Wajah Pond's Men Di Bandar Lampung.**

$H_0$  = Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan *Online Consumer Review* ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada yang melakukan pembelian produk Sabun Pencuci Wajah Pond's Men Di Bandar Lampung.

$H_a$  = Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan *Online Consumer Review* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada Yang pernah melakukan pembelian produk Sabun Pencuci Wajah Pond's Men Di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

1. Membandingkan hasil perhitungan  $f$  dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
  - b. Jika nilai  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
  - c. Jika nilai  $(sig) < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak.
  - d. Jika nilai  $(sig) > 0.05$  maka  $H_0$  diterima
2. Menentukan nilai titik kritis untuk  $F_{Tabel}$  pada  $db_1=k$  dan  $db_2 =n-k-1$   
Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis  
Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.