BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).[1] Paradigma kuantitatif menekankan pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.[2]

Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[3]

---

[1] Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal.11.
[2] Puspowarsiti, *Metode penelitian Organisasi*, (Bandung: Humaniora, 2008), hal.18.
[3] Sugiyono, *Metode penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta,2015), hal.35.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Teknik penarikan menggunakan metode survei yaitu penelitian yang dilakukan pada penelitian besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (atau disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakterisktik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku diri sendiri.[4] Berikut adalah variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah harga, produk, lokasi, promosi, proses, orang, dan bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan pembelian Wardah *Cosmetic*.

[4] Sugiyono, *Metode penelitian Manajemen*,.....hal.81.

3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[5] Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa semester delapan yang memakai produk Wardah *Cosmetic* sebanyak 78 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Hal ini dimaksudkan agar sampel yang dijadikan responden lebih spesifik dan sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, dana dan tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.[6] Sampel

---

[5] Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan manual dan Aplikasi SPSS Versi 17,* (Jakarta: Rajawali Grafindo, 2010), hal. 144.

[6] Sugiyono, *Metode penelitian Manajemen,*..... hal.300.

dalam peneliyian ini mengambil semua dari populasi yaitu 78 responden/mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang menggunakan Wardah *Cosmetic* di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.[7] Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel tidak memberi peluang/ kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik sampel *Sampling jenuh*. *Sampling jenuh* yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.[8]

Sehubung dengan definisi diatas, maka yang menjadi populasi atau sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester delapan yang menggunakan produk Wardah

[7] Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ..., hal.150.
[8] Ibid, hal.118.

Cosmetic yang berjumlah 78 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah di IAIN Tulungagung..

B. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber Data

Sumber data adalah semua informasi baik yang merupakan benda nyata, sesuatu yang abstrak, peristiwa/gejala.[9] Data yang digunakan adalah data yang diperoleh dari keterangan langsung yang diberikan oleh sumber pertama dari hasil pengamatan langsung maupun wawancara dengan pihak yang berkaitan dengan masalah penelitian disebut data primer. Sumber data diperoleh langsung dengan cara penyebaran angket yang ditujukan kepada Masiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang menggunakan produk Wardah *Cosmetic*.

---

[9] Sukandarrimidi, *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untu*k *Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press,2012),h. 44.

2. Variabel

Variabel adalah konsep-konsep yang mengandung lebih dari satu nilai besaran atau atribut. [10] Variabel adalah suatu yang menjadi objek pengamatan penelitian, sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti.

Variabel dapat dikelompokkan menurut Karlinger antara lain:[11] Variabel bebas disebut juga dengan independent, variabel stimulus, prediktor, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas yang dibahas dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian Wardah *Cosmetic* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Variabel terikat disebut juga dengan dependent, output, kriteria, konsekuen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat adalah kondisi yang hendak kita jelaskan. Variabel terikat yang dibahas dalam

---

[10] Abdurrahman Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011),h,113.

[11] Karlinger, *Azaz-Azaz Penelitian Behaviour*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006),h,58.

penelitian ini diantaranya bauran pemasaran seperti, produk, harga, lokasi, harga, proses, orang dan bukti fisik.

3. Skala Pengukurannya

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan atau tolak ukur untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur sehingga alat ukur tersebut bisa digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data.[12]

Skala rasio adalah skala pengukuran yang menunjukkan karegori, peringkat, jarak dan perbandingan kontruk yang diukur. Skala rasio menggunakan nilai absolut, sehingga memperbaiki skala interval yang menggunakan nilai relatif.

C. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Untuk mengumpulkan data dapat menggunakan teknik Angket/ kuesioner. Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian

[12] Puspowarsito, *Metodologi Organisasi Dengan Aplikasi Program SPSS*, (Bandung: Humaniora, 2008),Hal,70.

pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti.[13] Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, penelitian dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.[14]

Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena tertentu. Dengan mengunakan skala likert, maka variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator yang dapat diukur. Indikator ini dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan/ pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju dengan lima alternatif jawaban sebagai berikut:[15]

---

[13] Choirul Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta; PT. Bumi Akasara, 2003),hal.,76

[14] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif, (*Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 151.

[15] Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplilasi SPSS Versi 17, (*Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 138.

1. Kategori sangat setuju : 5

2. Kategori setuju : 4

3. Kategori netral : 3

4. Kategori tidak setuju : 2

5. Kategori sangat tidak setuju : 1

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengumpulkan, mengelola, menganalisis dan meyajikan data-data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis. Berikut adalah instrumen dalam penelitian yang dilakukan peneliti :

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	No.Item
Produk	1. Merek	1. Mengenal produk sebagai kosmetik halal	1
		2. Mudah diingat	2
	2. Kualitas Produk	1. Hasil pemakaian cocok untuk kulit saya	3
		2. Membuat kulit menjadi lebih fresh	4

		dan mempunyai efek glowing namun tetap alami	
	3. Pengemasan	1. Keunikan pada desain	5
		2. Warna kemasan yang menarik	6
Harga	1. Daftar harga	1. Harga terjangkau	7
		2. Harga sesuai dengan kualitas yang disediakan	8
	2. Diskon	1. Adanya potongan harga disetiap produk baru	9
		2. Adanya potongan harga/hadiah jika pembelian banyak yang sudah menjadi anggota maupun belum menjadi anggota	10
Lokasi	1. Kedekatan dengan fasilitas umum	1. Dapat mudah dijumpai ditoko-toko terdekat	11
		2. Tempanya strategis	12
	2. Transportasi	1. Akses jalan dapat dilalui dengan mudah	13
		2. Dilalui oleh banyak alat transportasi	14
Promosi	1. Penjualan langsung	1. Penjelasan karyawati bisa dimengerti oleh konsumen dengan baik dan tepat	15
		2. Tercipta kearaban dengan konsumen	16
	2. Periklanan	1. Adanya periklanan di televisi, koran dan tabloid	17
		2. Mempunyai katalog sendiri sehingga memudahkan melihat berbagai varian produk	18
	3. Promosi Penjualan	1. Mengikuti berbagai promosi penjualan di berbagai event	19

		2. Memberikan informasi yang menarik	20
Orang	1. Layanan Pribadi	1. Memberikan pelayanan dengan sepenuh hati	21
		2. Memberikan pelayanan individual kepada pelanggan dengan murah senyum	22
	2. Pelanggan	1. Karyawati menciptakan suasana nyaman terhadap pelanggan	23
		2. Karyawati menciptakan kesetiaan konsumen	24
Proses	1. Pelayanan	1. Pelayanan ramah dan sopan	25
		2. Memberikan pelayanan secara *face to face* langsung	26
	2. Waktu respon	1. Kecepatan karyawati dalam memberikan penjelasan tentang produk kepada konsumen	27
		2. Kecepatan memberikan solusi jika konsumen ada keluhan	28
Bukti Fisik	1. Fasilitas pendukung	1. Menggunakan baju seragam berwarna agar lebih menarik konsaumen	29
		2. Warna stand yang digunakan adalah warna senada/sama diseluruh indonesia untuk menarik konsumen	30
	2. Bukti penting	1. Daya tarik desain dan tata ruang	31
		2. Kelengkapan produk yang tersedia di setiap Stand Khusus Wardah	32

		Cosmetic	
Keputusan Pembelian	1. Memenuhi kebutuhan	1. Pembelian dilakukan sesuai dengan kebutuhan	33
		2. Melakukan evaluasi produk sebelum membeli	34
	2. Tindakan konsumen pasca pembelian produk	1. Melakukan pembelian kembali	35
		2. Memberikan rekomendasi kepada teman maupun saudara	36

D. Teknik Analisis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian terbagi atas dua bagian yaitu:

1. Data kualitatif yaitu data yang berbentuk huruf atau kalimat.
2. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu materi informasi yang diperoleh peneliti secara langsung ditempat penelitian. Data primer dapat diperoleh dari penyebaran kuesioner/angket serta melakukan wawancara terhadap responden.

E. Metode Analisis Data

Analisis data yang dilakukan cara analisis kuantitatif. Analisis yang dilakukan dengan menggunakan terhadap penelitian yaitu validitas, reabilitas dan analisis faktor.

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity*, yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu skala dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah korelasi *pruduct moment* dari person.

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan yang di uji validitasnya. Hasil r hitung dibandingkan dengan t tabel dimana df=n-2 dengan signifikasi 5%. Jika r tabel < r hitung maka valid.[16]

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

---

[16] Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal.192.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterprestasi sebagai berikut:

1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel
3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

3. Asumsi Klasik

Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan uji regresi berganda. Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan bebas dari asumsi klasik diantaranya :

a. Uji normalitas data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam regresi, variabel terakat dan variabel bebas keduannya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas

bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduannya mempunyai distribusi normal dan tidak. Untuk melakukan uji normalitas dpat digunkan dnegan uji *Kolomogrov-Smirnov Test* dengan syarat jika Asymp Sig. (2-tailed) > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya jika Asymp Sig. (2-tailed) > 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independent). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya meltikolinearitas dakam suatu persamaan regresi.

Besarnya VIF (Vaariance inflation Faktor) dan Tolerance. Dengan catatan : tolerance = 1/VIF atau bisa juga, VIF = 1/Tolerance. Nilai tolerent yang rendah maka akan berakibat pada VIF yang tinggi, dan ini berarti terjadi multikolinearitas. Nilai tolerence lebih besar dari 0,1 dan besarnya VIF lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah medel regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisis adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (pint-point) yang ada membentk satu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian gambar diatas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas, kerena data menyebar.

4. Regresi Liner Berganda

Regresi Liner Berganda adalah analisis tentang hubungan antara variabel dependent dengan dua atau lebih variabel independent. Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta Interception

b : Koefisien Regresi

X_1 : Variabel

e : Standart Eror

Untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan tau tidak terhadap variabel dependen, maka diperlukan uji koefisien.

5. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mrngetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara persial berpengaruh signifikan terhadap variabe dependen. Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$\text{t hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

keterangan :

bi = koefisien regresi variabel i

Sbi = Standart eror variabel i

6. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1,X2,X3.....Xn) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel atau tidak. F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Fhitung} = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(N-K-1}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien determinasi

n : Jumlah data atau kasus

k : Jumlah variabel dependen

7. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adlah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R square. Namun bila yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah *Adusted R Square*. Nilai R square berkisar antara 0-1. Menurut Sugroho menyatakan untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R*

Square yang sudah disesuaikan atau ditulis dalam *Adjusted R Square*, karena sudah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.