

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan, dikarenakan penulis terjun langsung secara langsung ke lokasi penelitian. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan. Selain penelitian lapangan, peneliti juga menerapkan penelitian ke pustakaan, yaitu penelitian yang bersumber dari kepustakaan, baik berupa buku, jurnal, maupun hasil dari penelitian terdahulu.¹ Penelitian ini dipaparkan agar bisa mendapatkan bukti empiric, dan bisa membuktikan ada tidaknya pengaruh *brand image*, *product quality*, dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian produk kecantikan BOG di Kabupaten Pati.

2. Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma penelitian, paradigma diartikan bahwa setiap individu atau kelompok masyarakat memiliki persepektif yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini juga menggunakan teori penelitian positivisme, yakni suatu fenomena yang digambarkan terjadi dalam kehidupan. Selain itu, diperlukan statistik untuk menyederhanakan gejala sosial yang terjadi sebagai landasan untuk menyimpulkan data yang didapat di lapangan ketika penelitian berlangsung.²

Dalam penelitian ini menerapkan metode pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif lebih cenderung analisisnya dijelaskan dengan angka. Pada metode kuantitatif akan diperoleh nilai signifikannya perihal perbedaan kelompok antara variabel yang diteliti.³ Metode penelitian kuantitatif

¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 5

² Irwan, "Relevansi Paradigma Positivistik dalam Penelitian Sosiologi Pedesaan", *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 17, No. 1, (2018): 25-27.

³ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 5.

termasuk dalam metode terjun langsung ke lapangan, data yang terkumpul kemudian akan dianalisis secara kuantitatif menggunakan statistik deskriptif.⁴

B. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian ialah subjek atas data yang didapatkan. Apabila sumber data pada penelitian ini ialah jawaban responden atas kuesioner yang telah dibagikan baik berupa pertanyaan-pertanyaan maupun lisan.⁵

Data yang diterapkan pada penelitian ini ada dua yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan peneliti langsung dari riset lapangan. Data primer ini juga dikatakan data asli atau data yang baru diteliti.⁶ Data primer peneliti didapatkan dari penyebaran kuesioner yang diisi responden yaitu konsumen produk kecantikan BOG di Kabupaten Pati.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang didapatkan dari luar obyek yang diteliti. Data sekunder difungsikan juga oleh peneliti agar bisa memberikan gambaran pelengkap ataupun untuk ditindak lanjuti. Data sekunder juga bisa dikatakan data yang didapatkan tidak langsung atau melalui media perantara. Pada umumnya data sekunder berupa bukti, catatan atau laporan historis yang tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data sekunder juga dapat diperoleh dari buku-buku, jurnal, internet, serta sumber bacaan lain yang berhubungan dengan topik penelitian.⁷

C. Setting Penelitian

Setting penelitian merupakan lokasi dimana kegiatan penelitian akan dilaksanakan. Setting penelitian digunakan

⁴ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001),

5.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 172.

⁶ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, 19.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 52.

guna mempermudah sasaran objek dari penelitian tersebut. Setting penelitian yang akan digunakan penulis adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan produk kecantikan BOG yang ada di Kabupaten Pati. Lokasi penelitian ditetapkan pada penelitian atas dasar persetujuan dari pihak terkait dan juga adanya kesediaan dari pihak instansi untuk bekerjasama serta dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi ialah kelompok yang terdiri dari beberapa objek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan peneliti agar diteliti lebih lanjut dan selanjutnya ditarik kesimpulannya.⁸ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah konsumen produk BOG di Kabupaten Pati. Populasi dalam penelitian ini didasarkan pada alasan pemneliti untuk menguji variabel *brand image*, *product quality*, dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari beberapa orang yang terkandung dalam populasi. Jika populasi terlalu banyak maka peneliti hanya akan meneliti sebagian dari populasi tersebut. Metode pengamnbilan sampel pada penelitian ini ialah menggunakan metode representatif (mewakili).⁹ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan beberapa konsumen dari PT. Pasifik Indo Sukses atau BOG yang sudah pernah menggunakan produk BOG.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan subjek penelitian ini, penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow yakni dengan jumlah popuasi yang tidak terhingga sehingga harus ditentukan berapa jumlah sampel yang akan digunakan. Maka perumusan sampel pada penelitian ini ialah:

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 115.

⁹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 62.

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

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

α = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

P = Maksimal estimasi = 0,5

Jika angka-angka tersebut dimasukkan kepada rumus maka akan dapat diperoleh sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1 - P)}{d^2}$$

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

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

n = 96,04 dibulatkan menjadi 100

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel ini merupakan konsumen produk BOG di Kabupaten Pati.

E. Definisi Operasional Variabel

Secara teoritis, variabel diartikan sebagai tanda atau atribut seseorang yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan orang lain.¹⁰ Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel bebas (*independent*): *Brand image*, *product quality*, dan kelas sosial
2. Variabel terikat (*dependen*): Keputusan Pembelian

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang nantinya akan mengukur sebuah variabel. Dalam penelitian ini definisi operasional variabel ialah sebagai berikut:¹¹

¹⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 133.

¹¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 92-93.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Pernyataan	Skala
<i>Brand Image</i> (X1)	<i>Brand Image</i> adalah sekumpulan asosiasi <i>brand</i> yang terbentuk dalam benak seorang konsumen. ¹²	1. Nama produk mudah dikenali; 2. Mudah untuk mendapatkan produk; 3. Memberikan kesan positif kepada konsumen; 4. Meningkatkan persepsi untuk menjaga kesehatan kulit; 5. Rekomendasi untuk orang lain.	<i>Likert</i>
<i>Product Quality</i> (X2)	<i>Product Quality</i> atau sering di kenal dengan kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki	1. Produk yang ditawarkan memiliki keistimewaan; 2. Memiliki mutu yang bagus; 3. Produk sesuai dengan kebutuhan; 4. Memiliki lebih dari satu fungsi; 5. Jaminan keamanan terhadap komposisi bahan	<i>Likert</i>

¹² Freddy Ranguti, *Spiritual Leadership in Business Wake Up “Khoirunnas Anfauhum Linnas”*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010), 95.

	oleh produk pesaing. ¹³	baku.	
Kelas Sosial (X3)	Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. ¹⁴	1. Pendapatan menjadi faktor utama; 2. Produk untuk kalangan menengah keatas; 3. Produk untuk kalangan menengah kebawah; 4. Sikap konsumsi dipengaruhi lingkungan sekitar; 5. Konsumen melakukan pembelian berdasarkan pekerjaan.	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi dimana konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga akan	1. Pembelian dilakukan berdasarkan pengalaman; 2. Pembelian dilakukan berdasarkan kualitas; 3. Pembelian dilakukan berdasarkan manfaat; 4. Keinginan untuk mengenal produk;	Likert

¹³ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, 8.

¹⁴ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Senter Berdasarkan ISO 9001*, 55.

	membentuk niat untuk membeli produk dengan merek yang ia sukai. ¹⁵	5. Pembelian dilakukan berdasarkan rekomendasi.	
--	--	--	--

*Data diolah

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Masrukhin berpendapat bahwa teori atau pengujian ialah suatu alat yang nantinya menjadi tolak ukur suatu pengetahuan, keterampilan, perasaan, kecerdasan, atau sikap individu dan kelompok yang berupa tes, wawancara, angket, dan sebagainya.¹⁶ Dapat disimpulkan teori atau pengujian ialah alat yang digunakan untuk mengukur data pada suatu penelitian.

1. Uji Validitas

Validitas memiliki arti suatu hasil yang menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen (kuesioner) dalam suatu data.¹⁷ Uji validitas difungsikan sebagai tolak ukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesoiner mampu membuktikan sesuatu yang akan diukur.¹⁸

2. Reliabilitas

Uji reliablitas ialah alat yang digunakan untuk pengukuran suatu kuesioner yang terdiri dari beberapa indikator. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang konsisten atas pernyataan yang ada pada kuesioner. Uji reliabilitas dapat diuji dengan menggunakan program SPSS dengan pengujian statistik *cronbach alpha*, khiteria pada pengujian ini ialah jika nilai yang

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, jilid 1, 188.

¹⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 159.

¹⁷ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 159.

¹⁸ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 175.

diperoleh $>0,60$. Dan begitupun sebaliknya jika *cronbach alpha* $< 0,60$, maka dikatakan tidak reliabel.¹⁹

Tabel 3.2
Interpretasi Derajat Relibilitas

Rentang Nilai	Klasifikasi
0,000 - 0,200	Derajat reliabilitas sangat rendah
0,201 - 0,400	Derajat reliabilitas rendah
0,401 - 0,600	Derajat reliabilitas cukup
0,601 - 0,800	Derajat reliabilitas tinggi
0,801 - 1,000	Derajat reliabilitas sangat tinggi

G. Teknik Pengumpulan Data

Data diartikan sebagai sekumpulan informasi yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Data juga bisa diartikan sebagai sekumpulan informasi yang sangat penting dan pokok. Menentukan jenis data yang akan diterapkan pada suatu penelitian nantinya juga akan mempengaruhi teknik pengumpulan data yang akan dipakai oleh peneliti.²⁰

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, di antaranya adalah:

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang mudah bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dalam suatu penelitian.²¹

Skala pengukuran dalam kuesioner penelitian ini menggunakan skala likert. Skala ini mencakup atas sikap atau tingkah laku responden dalam mengisi isi kuesioner yang telah dibagikan oleh peneliti yang menjadi sasaran

¹⁹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 171.

²⁰ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 84.

²¹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Sugiyono, (Bandung: Alfabeta, 2015), 199.

dalam suatu penelitian. Kemudian responden diharapkan menjawab dalam skala ukur yang telah disediakan, misalnya sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.²²

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:²³

1. Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5
2. Setuju/sering/positif diberi skor 4
3. Ragu-ragu/kadang-kadang/ netral diberi skor 3
4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1

2. Observasi

Observasi ialah suatu proses dalam mengamati suatu kejadian yang sedang diteliti dengan menggunakan panca indra. Contoh seorang dokter akan mengobservasi pasiennya sebelum menentukan jenis penyakit yang sedang dideritanya. Ia menggunakan mata, telinga, serta kulitnya untuk mengetahui kondisi pasiennya.²⁴ Dalam penelitian ini jenis observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi tersusun, yaitu observasi yang telah dirancang secara berurutan, tentang apa yang sedang diamati, kapan dan lokasi penelitian.²⁵

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah suatu metode yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data atau berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Misalnya dokumen pemerintah, hasil penelitian, foto-foto atau gambar, buku harian, laporan keuangan, undang-undang, hasil karya seseorang, dan lain sebagainya. Data tersebut

²²Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 106.

²³Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 163.

²⁴Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*, 86-87.

²⁵Sugiyono, *Metode Penelitian pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 205.

naninya akan menjadi acuan pokok dalam memaparkan suatu masalah dalam penelitian.²⁶

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Distribusi data yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak memiliki kecenderungan ke suatu data tertentu.²⁷

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat regresi dalam korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.²⁸ Kriteria dalam pengujian multikolinieritas ialah dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Dalam pengujian multikolonieritas ini nilai *tolerance* ialah sebesar ≤ 0.10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.²⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Kebanyakan data

²⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*, 87.

²⁷ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 187.

²⁸ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 180.

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 105-106.

crossection mengandung situasi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).³⁰

2. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ialah alat yang bisa difungsikan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

Berikut adalah rumus persamaan regresi linier berganda:³¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta

b = koefisien

n = variabel X ke....n

e = eror

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel, jadi rumusnya adalah:

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

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = *Brand Image*

X₂ = *Product Quality*

X₃ = Kelas Sosial

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi *Brand Image* terhadap keputusan pembelian

b₂ = koefisien regresi *Product Quality* terhadap keputusan pembelian

b₃ = koefisien regresi Kelas Sosial terhadap keputusan pembelian

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

³¹ Syofiyen Siregar, *Statistika Terapan untuk Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Kencana, 2017), 226.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali nilai koefisien determinasi (R^2) merupakan nilai yang ditrapkan oleh peneliti untuk mengukur seberapa besar hubungan variabel bebas terhadap i variabel trikat. Nilai koefisien determinasi yakni antara nol sampai dengan satu.³² Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.³³

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji f diterapkan peneliti untuk melihat secara bersamaan dalam pengukuran koefisien data secara simultan berbeda atau sama dengan nol. Jadi, uji ini dilakukan untuk melihat secara persamaan. Hipotesis yang diberikan adalah sebagai berikut:

Ho : seluruh koefisien parameter secara simultan sama dengan nol

Ha : tidak seluruh koefisien parameter secara simultan sama dengan nol.

Jika nilai F-stat (f_{hitung}) lebih besar dibandingkan F-tabel berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Uji f ini berlaku untuk seluruh koefisien parameter dalam satu persamaan.³⁴

d. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parsial diterapkan peneliti untuk menguji seberapa berpengaruh atau tidaknya variabel independen terhadap variabel depeneden. Untuk mengetahui keduanya bisa menggunakan pengujian t

³² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Undip, 2008), 83.

³³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 97.

³⁴ Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan: Pengujian-pengujian Empiris*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), 261.

atau *t-student*.³⁵ Untuk melakukan uji t ada beberapa langkah diantaranya adalah:

- 1) Menentukan hipotesis. Variabel bebas berpengaruh tidak nyata apabila nilai koefisiennya sama dengan nol, sedangkan variabel bebas akan berpengaruh nyata apabila koefisiennya tidak sama dengan nol. Hipotesis lengkapnya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : B_1 = 0 \quad H_1 : B_1 \neq 0$$

$$H_0 : B_2 = 0 \quad H_1 : B_2 \neq 0$$

- 2) Menentukan daerah kritis. Daerah kritis ditentukan oleh nilai t-tabel dengan derajat bebas n-k, dan taraf nyata α .
- 3) Menentukan nilai t-hitung. Nilai t-hitung untuk koefisien b_1 dan b_2 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$t - \text{hitung} = \frac{b - B}{Sb}$$

nilai t-hitung untuk b_1

$$t - \text{hitung} = \frac{b_1 - B_1}{Sb_1}$$

nilai t-hitung untuk b_2

$$t - \text{hitung} = \frac{b_2 - B_2}{Sb_2}$$

- 4) Menentukan daerah keputusan. Daerah keputusan untuk menerima H_0 atau menolak H_0 .
- 5) Menentukan keputusan. Nilai t-hitung untuk koefisien regresi b_1 jika berada di daerah terima H_0 . Ini menunjukkan bahwa koefisien regresi tidak berbeda dengan nol atau variabel X_1 tidak berpengaruh nyata terhadap Y. Nilai t-hitung untuk koefisien regresi b_2 jika berada di daerah tolak H_1 . Ini menunjukkan bahwa koefisien regresi berbeda dengan nol atau variabel X_2 berpengaruh nyata terhadap Y.³⁶

³⁵ Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern edisi 2*, 228.

³⁶ Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern edisi 2*, 228-229.