

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti penelitian ini ialah dengan cara memilih penelitian dengan menggunakan penelitian lapangan (*Field research*). Field Research dan penelitian ini merupakan peneliti yang melakukan penyebaran angket kepada studi kasus yang telah ditentukan, yang tujuannya untuk memperoleh data secara konkrit adanya pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan atribut produk terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent.

Penggunaan pendekatan pada penelitian ini yaitu kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang bersifat infleksibel. Dimana pendekatan ini menggunakan populasi dan sampel untuk menganalisis pengaruh pembelian dari segi studi kasus yang sudah ditetapkan. Untuk analisis datanya bersifat kuantitatif/statis, untuk segi pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.¹

B. Setting Penelitian

Setting penelitian yang dijelaskan dalam penelitian ini yaitu mendeskripsikan waktu dan lokasi dari penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Untuk lokasi yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian berada di kampus IAIN Kudus yang beralamat di Jl. Conge Ngembalrejo, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59322. Dalam hal ini waktu yang akan dialokasikan peneliti untuk melakukan penelitian disesuaikan pada kecukupan data yang telah terpenuhi, untuk waktu pra penelitian yaitu 15 November-13 Desember 2021 dan untuk penelitiannya yaitu tanggal 15 Desember 2021-31 Desember 2021.

C. Populasi dan Sampel

Penelitian ialah suatu kegiatan yang biasanya dilakukan oleh seorang peneliti untuk memperoleh suatu informasi-informasi dari suatu masalah yang ada, dan juga mencari suatu solusi dari masalah yang diteliti tanpa menimbulkan masalah-masalah baru. Dalam sebuah penelitian

¹ Wachyu Hidayat Riyanto dan Ahmad Mohyi, Metodologi Penelitian Ekonomi, (Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 12-20.

yang menggunakan pendekatan kuantitatif, seorang peneliti juga harus menentukan populasi dan juga sampel untuk memudahkan penelitiannya.²

1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah yang bersifat umum yang di dalamnya terdapat objek maupun subjek yang terdapat kualitas dan juga ciri tertentu yang diaplikasikan oleh peneliti yang tujuannya untuk dipelajari setelah itu di Tarik suatu kesimpulan. Adapun yang dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini ialah seluruh Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Kudus di mulai pada mahasiswa genap angkatan 2018 sampai pada mahasiswa semester genap angkatan 2020, sehingga jumlah populasi yang diambil ialah 2.753. mahasiswa dari Program Studi Ekonomi Syariah. Berikut jumlah mahasiswa dari semester ganjil 2018-mahasiswa genap 2020:

Tabel 3.1
Populasi Mahasiswa³

Semester	Jumlah Mahasiswa
Genap 2018	1151
Genap 2019	694
Genap 2020	908

2. Sampel

Sampel merupakan sesuatu yang sifatnya lebih spesifik dalam segi objek maupun subjek yang di dalamnya mewakili suatu populasi.⁴ Jika sampel yang diambil tidak sesuai dengan kualitas ataupun ciri dari populasi maka penelitian itu akan menjadi biasa saja, tidak dapat dipercaya, bahkan kesimpulan yang dihasilkan dapat keliru. Pengambilan sampel dari suatu

² Iwan Hermawan, Metodologi Penelitian Pendidikan, kedua, (karawang, Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 61.

³https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt?RjNEREFEOEUtQzY4RS00Mz11LTIENjgtQTYJCMz11, diakses tanggal 10 Desember 2021 pukul 10.15.

⁴ Iwan Hermawan, Metodologi Penelitian Iwan Hermawan, Metodologi Penelitian Pendidikan, kedua, (karawang, Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 61. Pendidikan, Kedua. (Karawang, Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 62.

populasi yang telah di tentukan disebut penarikan sampel atau sampling. Untuk perhitungan rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel ialah dengan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan: n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = nilai kritis yang digunakan 10%⁵

adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *nonprobability sampling* dimana dalam metode ini tidak semua dari populasi dapat menjadi sampel. Jumlah populasi yang telah ditentukan dalam penelitian ini sebanyak 2.753 dari jumlah mahasiswa semester genap dan tingkat kesalahan atau nilai kritis yang digunakan yaitu 10%, dengan teknik pengambilan sampel dengan menentukan jumlah sampel yang akan diperlukan. Maka sampel yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak:

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

$$n = \frac{2.753}{1+(2.753 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{2.753}{1+(2.753 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{2.753}{1+27,53}$$

$$n = \frac{2.753}{28,53}$$

$$n = 96$$

jadi, banyaknya sampel yang di teliti dalam penelitian ini ialah sebanyak 96 orang mahasiswa.

D. Identifikasi Variabel

Terdapat dua variabel yang akan di uji di dalam sebuah penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan sebuah variabel yang menjadi penyebab variabel lainnya menjadi terikat. Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, antecedent, dan juga disebut sebagai variabel bebas di dalam sebuah bahasa Indonesia. Dalam penelitian

⁵ Lailatus Sa'adah, Metodologi penelitian Ekonomi dan Bisnis. (Tambakberas Jombang, LPPM, 2021), 29.

ini variabel yang digunakan sebagai variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), promosi(X3), dan juga atribut produk (X4).

2. Variabel dependen

Variabel dependen merupakan sebuah variabel terikat karena disebabkan oleh variabel bebas.⁶ Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, dan juga disebut sebagai variabel terikat dalam sebuah bahasa Indonesia. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan sebagai variabel terikat adalah variabel keputusan pembelian (Y).

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel operasional merupakan variabel yang mempunyai peran untuk memahami setiap variabel penelitian sebelum penelitian tersebut di analisis, instrument, serta sumber pengukuran. Adapun definisi dari operasional variabel penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Referensi
Kualitas produk (X ₁)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memberikan yang terbaik untuk konsumennya yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Dalam penelitian ini berfokus pada kualitas produk	1. Kinerja 2. Reliabilitas 3. Fitur 4. Keawetan 5. Konsistensi 6. Desain	Akrim Ashal Lubis, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan”, <i>Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis</i> 16, no.2, (oktober 2015): 4-5.

⁶Chandra Christalisana, “Pengaruh Pengalaman dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang”, *Jurnal Fondamental*. Vol.7 No.1, (2018), hlm,91.

	ialah sesuatu yang strategis dalam meningkatkan daya saing sekaligus memberikan rasa puas terhadap konsumen		
Harga (X_2)	Harga merupakan suatu strategi marketing manajer yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah permintaan. Dalam penelitian ini berfokus pada harga ialah faktor yang menjadi penentu banyaknya permintaan suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen 2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas 3. Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis 	Dedhy Pradana, Syarifah udatah, dan Rahmawati, "Pengaruh Harga Kualitas dan Citra Merek Brand Image Terhadap keputusan pembelian Motor", <i>Jurnal KINERJA</i> 14, no.1, (2017): 17.
Promosi (X_3)	Promosi merupakan suatu bentuk upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menawarkan atau mengenalkan produk atau jasa, tujuannya agar menarik para calon-calon	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis media promosi 2. Jangkauan promosi 3. Pemasaran langsung 	Faajar Idris, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang", (skripsi, 2014): 22.

	<p>konsumen untuk membeli. Dalam penelitian ini berfokus pada promosi ialah dengan adanya promosi yang terarah dapat memberikan pengaruh yang positif.</p>		
<p>Atribut produk (X_4)</p>	<p>Atribut produk merupakan suatu proses dalam menciptakan suatu produk yang diinginkan dan juga dijadikan sebagai pertimbangan terhadap produk lain yang sejenis. Dalam penelitian berfokus pada atribut produk sebab produk sangat amat membutuhkan desain kemasan yang menarik karena hal tersebut yang dapat membangun citra merek pada konsumen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek 2. Kemasan 3. Pemberian lebel 4. Layanan pelengkap 	<p>Nopriani, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC (Studi UD. Toko Harapan Besar di Desa Suka Maju DK 40)” (2016): 3.</p>
<p>Keputusan pembelian</p>	<p>Keputusan pembelian adalah suatu</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kebutuhan akan suatu 	<p>Alfian Nugroho, “Citra Merek, Atribut Produk,</p>

n (Y)	tindakan yang nyata dilakukan konsumen setelah melakukan beberapa proses agar mendapatkan dan menggunakan suatu produk yang menjadi keinginannya atau kebutuhannya. Dalam penelitian ini berfokus pada keputusan pembelian sebab tindakan keputusan pembelian yang disebabkan karena adanya beberapa pertimbangan	produk 2. Timbulnya keinginan terhadap suatu produk 3. Daya beli yang dimiliki konsumen	dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian". <i>Jurnal Ilmiah dan Riset Manajemen</i> 6, no.9, (September 2017): 4.
----------	---	---	--

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji validitas Instrumen

Validitas merupakan sebuah kemampuan dari alat ukur yang telah ditentukan untuk mengukur suatu sasaran yang telah di tentukan. Tujuan dari uji validitas yaitu untuk mengukur setiap pernyataan/pertanyaan yang diajukan oleh peneliti untuk mengetahui apakah hasilnya valid/sebaliknya. Uji ini biasanya dilakukan dengan menggunakan sebuah program aplikasi SPSS, untuk membandingkan antara nilai r tabel dengan r hitung.⁷

⁷ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Jakarta: Guepedia), <https://books.google?id=acpLEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=uji+validit>

Dalam hal ini, yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam pengukuran ini adalah nilai r yang akan menyatakan valid atau tidaknya suatu item pertanyaan. Nilai yang tertera pada baris Pearson Correlation biasanya digunakan untuk menentukan nilai r hitung, sedangkan penentuan dari nilai r tabel yaitu pada kolom df dengan menggunakan rumus $N-2$, dimana N adalah banyaknya responden. Berikut kriteria pengujian Uji Validitas yaitu, sebagai berikut:

- a. Instrumen penelitian diasumsikan valid, jika r hitung $> r$ tabel.
- b. Instrumen penelitian diasumsikan invalid, jika r hitung $< r$ tabel.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas instrument bertujuan untuk mengukur dari data pertanyaan yang digunakan dapat menghasilkan data yang reliabel atau handal. Uji ini biasanya dilakukan dengan menggunakan program aplikasi SPSS, untuk membandingkan tingkat/ taraf standar signifikan sebesar 0,60 dengan nilai *Cronbach's alpha*. Adapun kriteria pengujianya ialah sebagai berikut:

- a. Instrument dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach's alpha* $>$ taraf signifikan.
- b. Instrument dikatakan tidak reliabel, jika nilai *Cronbach's alpha* $<$ taraf signifikan.⁸

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian kuantitatif dari penelitian ini yaitu menggunakan angket. Teknik angket atau kuesioner yaitu penyebaran beberapa daftar pernyataan kepada responden, lalu data tersebut dikumpulkan oleh peneliti, dan diharapkan dapat memberikan respon yang sejujurnya terhadap pernyataan yang di ajukan. Tujuan dilakukan penyebaran angket yakni untuk mendapatkan informasi secara lengkap terhadap

as+dan+reliabilitas&hl=id&sa=X&sqi=2&redir_esc=y#v=onepage&q=uji%20validitas%20dan%20reliabilitas&f=false

⁸ Budi Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Jakarta: Guepedia),

https://books.google?id=acpLEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=uji+validitas+dan+reliabilitas&hl=id&sa=X&sqi=2&redir_esc=y#v=onepage&q=uji%20validitas%20dan%20reliabilitas&f=false

suatu permasalahan yang diangkat dan mendapatkan jawaban dari responden.

Menurut J. supranto dari jawaban yang di ajukan oleh peneliti akan diberikan skor, nila skor yang diberika biasanya antara angka 1 sampai 5, berikut ketentuannya, yaitu:

SS : sangat Setuju	diberi skor 5
S : Setuju	skor 4
KS : Kurang Setuju	skor 3
TS : Tidak setuju	skor 2
STS: Sangat Tidak setuju	skor 1 ⁹

Angket yang dibuat pada penelitian ini yaitu angket tentang keputusan pembelian, kualitas produk, harga, promosi, dan atribut produk. Adapun penyebaran sampel pada penelitian ini yaitu pada program studi ekonomi syariah.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan menggunakan regresi variabel independen dan juga variabel dependen. Dengan menggunakan metode Uji Kolmogorov-Smirnov dalam pengujian uji normalitas. Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini yaitu sebagai berikut:

Apabila nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

Apabila nilai signifikan $> 0,05$, maka H_a diterima.¹⁰

2. Uji Multikolinieritas

Tujuan dilakukan adanya uji multikolinieritas yaitu untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen (bebas) dari model regresi. Model regresi yang baik biasanya tidak ada korelasi antar variabel independen. Bisa dikatakan tidak ada multikolinieritas antar variabel independen di dalam model regresi, jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .¹¹

⁹ Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama (Jakarta: Kencana, 2017): 34.

¹⁰ Iman Supriyadi, Metode Riset Akuntansi (Yogyakarta: CV Budi Utama): 222.

¹¹ Slamet Riyanto, dan Aglis Andhita Hatmawn, Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen (Yogyakarta: CV Budi Utama): 139.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat adanya kesamaan varian residual dengan menggunakan model regresi linear. Biasanya uji ini ada dalam uji asumsi klasik, uji heteroskedastisitas dikatakan baik jika tidak terjadi penyimpangan dari ketentuan-ketentuan asumsi klasik pada regresi linear, model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat adanya heteroskedastisitas, hal ini dapat di deteksi dengan menggunakan uji scatterplot atau metode spearman rho yang ada di dalam program spss. Dalam hal ini dinyatakan lolos jika nilai signifikansi konstanta yang dihasilkan $>0,05$, maka dapat dikatakan valid atau tidak terdapat adanya heteroskedastisitas.¹²

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuantitatif yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan penganalisisan data dengan cara menarasikan atau mendeskripsikan atau menjelaskan data yang sudah ada tanpa ada maksud membeikan penarikan kesimpulan yang ditujukan secara umum atau general. Analisis statistik deskriptif biasanya digunakan untuk penggambaran statistic data mean (rata-rata), max (nilai tertinggi), min (nilai terendah), dan lain sebagainya.¹³

2. Analisis Inferensial

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu hubungan linier 2 variabel atau lebih yaitu hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Persaman dari analisis regresi linear berganda pada penelitian ini sebagai penganalisisan data yang sudah

¹² Muhammad Yusuf, dan Lukman Daris, “Analisis Data Penelitian Teori & Aplkasi Dalam Bidang Perikanan”, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2019): 76.

¹³ Syofian siregar, Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama (Jakarta: Kencana, 2017): 39.

didapatkan. Rumus dari bentuk persamaan regresi linear berganda yaitu, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y	: Keputusan Pembelian
$b_1b_2b_3b_4$: Koefisien regresi linear berganda
$X_1X_2X_3X_4$: Variabel independen
a	: Konstanta
e	: Standar <i>error</i> ¹⁴

b. Uji Koefisien Regresio Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik ini digunakan dengan tujuan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pada variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ketentuan hipotesis secara parsial (t test):

- 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.¹⁵

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Maksud dilakukan uji signifikansi simultan (uji simultan F) yaitu untuk mengetahui seberapa besar variabel independen serentak mempengaruhi variabel dependen. Berikut kriteria dari hipotesisnya yaitu sebagai berikut:

- 1) Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.¹⁶

¹⁴ Slamet Riyanto, dan Aglis Andhita Hatmawan, Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen (Yogyakarta: CV Budi Utama): 40.

¹⁵ Siti Aisyah Tanjung, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent”, (Skripsi, 2017): 63.

¹⁶ Wiwik Saldatur Rolianah, Nurul Istifadoh, Hafidhotul, Mafidah, Irdatul Wardah, dkk, Monograf Perbankan Syariah (Gresik: Guepedia, 2021: 156.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar ketepatan atau kecocokan yang dihasilkan. Ada lima variabel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu variabel dependen yang dijadikan sebagai regresi (Y) terhadap variabel independen ($X_1, X_2, X_3,$ dan X_4), yang tujuannya untuk mengetahui seberapa besar presentase yang di sumbangkan variabel independen terhadap naik turunya variabel dependen. Dalam hal ini besarnya presentase sumbangan yang dihasilkan dinamakan koefisien determinasi berganda dengan simbol R^2 . Berikut ketentuannya yaitu sebagai berikut: jika nilai R^2 mendekati 1 maka koefisien determinasinya semakin baik, jika nilai $0 \leq R^2$ maka dapat diartikan sebagai berikut:

$R^2=1$ berarti ada hubungan antara variabel X terhadap Y.

$R^2=0$ berarti tidak ada hubungan antara variabel X terhadap Y.

Tabel 3.3

Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi¹⁷

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat

¹⁷ Siti Aisyah Tanjung, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent”, (Skripsi, 2017): 62 .