

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan adalah Asosiatif Kausal. Menurut Sugiyono (2018:64), "penelitian asosiatif kasual adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkap permasalahan yang bersifat hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih." Dalam hal ini peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh antara variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Sikap (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) di Tiga Rumah Nutrician Club Ciganjur.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

Populasi dalam penelitian ini sesuai segmen pasar di tiga rumah sehat Nutrition Club Herbalife Jakarta Selatan dengan target konsumennya adalah konsumen sebagai member maupun nonmember yang berkunjung selama bulan Juni sampai Juli 2020 dengan jumlah yang tidak diketahui.

Penelitian ini dilaksanakan di Tiga Nutrition Club Herbalife yang merupakan pelopor Nutrition Club Herbalife yang ada di Jakarta, tepatnya di Ciganjur Jakarta Selatan. Adapun Tiga Nutrition Club tersebut adalah rumah sehat Pinky Club, Adem Club, dan Umi Club.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili).

Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian ini adalah purposive sampling. Pada prinsipnya, dalam purposive sampling, pengambilan anggota sampel dari Pengambilan sampel berdasarkan seleksi khusus. Menurut Sugiyono (2010) pengertiannya adalah: teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Sehingga setiap konsumen yang berbelanja produk herbalife memiliki hak yang sama untuk menjadi responden penelitian ini. Sehingga jumlah sampel berdasarkan Roscoe dalam Sugiyono (2013) bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam sebuah penelitian. Menurut Nazir (2005), jumlah sampel ditetapkan atas pertimbangan pribadi dengan catatan bahwa sampel tersebut cukup mewakili populasi dengan pertimbangan waktu dan biaya. Oleh karena itu, dengan mengacu pada pendapat Roscoe dan Nazir, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2013:187) data pengertian adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer yaitu responden individu, kelompok focus, internet juga dapat menjadi sumber data primer apabila kuisioner disebarkan melalui media internet. Dari penelitian ini data primer didapat dari hasil pengisian kuisioner kepada di tiga rumah sehat nutrisi club. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk herbalife.

Agar penelitian ini memperoleh data yang akurat dan informasi yang relevan dari pengguna Herbalife di tiga rumah sehat nutrisi club ciganjur Jakarta Selatan, metode dalam pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Riset Pustaka

Riset pustaka dilakukan berdasarkan buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas agar mendapatkan teori dan definisi yang akan digunakan dalam penelitian ini.

2. Kuisoner (angket)

Kuisoner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, apabila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden. Kuisoner juga cocok digunakan apabila jumlah dari responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang cukup luas. Kuisoner juga dapat berupa pertanyaan yang tertutup atau terbuka, dan juga dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun dikirim melalui internet dan juga pos. Sugiyono (2017:142).

3.4. Operasional Variabel

Dalam instrument penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data berupa kuesioner. Instrument penelitian disusun dari indikator kualitas, harga, sikap dan keputusan pembelian dalam pernyataan dengan 4 (empat) alternative jawaban. Dalam pernyataan digunakan skala likert untuk mengukur kualitas, harga, sikap dan keputusan pembelian seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang digunakan sangat pribadi dan bersifat rahasia, terdapat juga pilihan jawaban dengan skor tertentu. Dimana jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti table berikut ini.

Tabel 3.1 Skor Jawaban Kuesioner

No	Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber; Sugiyono (2017)

Kuesioner disusun berdasarkan atas indikator yang sesuai dengan variabel yang diteliti. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur

untuk menyusun item-item instrumen yang dituangkan kedalam bentuk pernyataan (Tabel 3.2).

3.4.1. Variabel Terikat (Dependent = Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang tidak bebas dalam suatu hubungan penelitian, sehingga variabel ini selalu dipengaruhi oleh variabel bebas. Hal ini menyebabkan variabel terikat adalah konsekuensi dari variabel bebas. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, variabel terikatnya dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang disimbolkan dengan Y (Keputusan pembelian). Skala yang digunakan adalah skala Likert.

3.4.2. Variabel Bebas (Independent = X)

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut.

2. Harga (X_2)

Harga (price) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa

3. Sikap (X_3)

Sikap dapat diposisikan sebagai hasil evaluasi terhadap obyek sikap yang diekspresikan ke dalam proses-proses kognitif, afektif (emosi) dan perilaku. Dari definisi-definisi di atas menunjukkan bahwa secara garis besar sikap terdiri dari komponen kognitif (ide yang umumnya berkaitan dengan pembicaraan dan dipelajari), perilaku (cenderung mempengaruhi respon sesuai dan tidak sesuai) dan emosi (menyebabkan respon-respon yang konsisten).

4. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yg terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian. Berdasarkan uraian diatas telah dirangkum definisi operasional dan skala pengukuran dalam table berikut ini:

Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

VARIABEL	INDIKATOR	PENGUKURAN	NOMER PERNYATAAN
Kualitas Produk (X^1) Sumber: David Garvin dalam Tjiptono (2016:134)	1. Kinerja 2. Fitur 3. Keandalan 4. kesesuaian dengan spesifikasi 5. daya tahan 6. <i>Serviceability</i> 7. <i>Esthetics</i> 8. <i>Perceived Quality</i>	Skala Likert	1 2 3 4 5 6 7 8
Harga (X^2) Sumber: Menurut Kotler dalam jurnal Aptaguna dan Pitaloka [2016:52]	1. Keterjangkauan Harga Produk 2. Daya saing harga produk. 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	Skala Likert	9 10 11 12
Sikap (X^3) Sumber: Kotler dan Amstrong (2008)	1. <i>Cognitive Component</i> (kepercayaan merek) 2. <i>Affective Component</i> (evaluasi merek) 3. <i>Konatifn Component</i> (maksuduntuk membeli)	Skala Likert	13 14 15
Keputusan Pembelian (Y) Sumber; Kotler dan Keller [2016;183]	1. Pemilihan Produk 2. Pemelihan Merek 3. Pemilihan Tempat Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran	Skala Likert	16 17 18 19 20 21

3.5. Metoda Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Editing

Tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden.

2. Coding

Memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

3. Tabulasi

Perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti.

Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

3.5.1. Metoda pengolahan data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS 25. Software SPSS 25 digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat.

3.5.2. Metoda penyajian data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.5.3. Instrumen Penelitian

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki validity (tingkat kesahihan) dan realibility (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total adalah jumlah dari semua skor pernyataan. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode Construct Validity dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0.3 (rkritis) atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Product Moment dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r^{xy} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya responden yang dicari (sampel)

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari r_{xy} dibandingkan dengan product moment (rkritis), apabila hasil yang diperoleh $r_{xy} > 0.3$, maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan software Microsoft Office Excel dan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) Ver. 25

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2017:130) berguna untuk menetapkan apakah instrument dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali. Paling tidak untuk responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten, dengan kata

lain reliabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi meskipun kuisioner digunakan dua kali atau lebih pada waktu lain. Uji reliabilitas dilakukan pada item pernyataan dalam kuisioner yang telah dinyatakan valid. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien Alpha Cronbach berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas 0.6. apabila kriteria pengujian terpenuhi maka kuisioner dinyatakan reliable atau secara sederhana instrument penelitian maka tahap-tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

3.5.4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independent. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Jika r^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan mendekati 1 (satu) maka semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi menurut Sugiyono (2017:292), adalah sebagai berikut:

$$Kd = R^2_x$$

Keterangan:

Kd = koefisien determinasi

R^2 = koefisien korelasi

Koefisien determinasi mempunyai fungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Rumus koefisien determinasi (KD), yaitu:

1. Koefisien Determinasi Parsial

a. Determinasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2, X_3 konstan)

$$KD_{y1.23} =$$

b. Determinasi parsial antara X_2 terhadap Y (X_1, X_3 dan Y konstan)

$$KD_{y2.13} =$$

c. Determinasi parsial antara X_3 terhadap Y (X_1, X_2 dan Y konstan)

$$KD_{y3.12} =$$

Keterangan:

$r_{y1.23}$ = koefisien korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2, X_3 konstan)

$r_{y2.13}$ = koefisien korelasi parsial antara X_2 terhadap Y (X_1, X_3 dan Y konstan)

$r_{y3.12}$ = koefisien korelasi parsial antara X_3 terhadap Y (X_1, X_2 dan Y konstan)

2. Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi (KD) digunakan untuk mencari persentase pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap minat beli ulang. Koefisien determinasi menggunakan rumus:

$$KD_{123} = r_{Y123}^2 \times$$

Keterangan:

r_{y123} = koefisien korelasi berganda X_1, X_2, X_3 terhadap Y

3.5.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama (dengan uji F). penelitian ini pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu pengajuan hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap p.

1. Pengujian hipotesis secara parsial

a. $H_0: \rho_{y1.23} = 0$

(Variabel kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh terhadap (Y) keputusan pembelian produk herbalife).

$H_a: \rho_{y1.23} \neq 0$

(Variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh terhadap (Y) keputusan pembelian produk herbalife).

b. $H_0: \rho_{y2.13} = 0$

(Variabel harga (X_2) tidak berpengaruh terhadap (Y) keputusan pembelian produk herbalife).

$H_a: \rho_{y2.13} \neq 0$

(Variabel harga (X_2) berpengaruh terhadap (Y) keputusan pembelian produk herbalife).

c. $H_0: \rho_{y3.12} = 0$

(Variabel sikap (X_3) tidak berpengaruh terhadap (Y) keputusan pembelian produk herbalife).

$H_a: \rho_{y3.12} \neq 0$

(Variabel sikap (X_3) berpengaruh terhadap (Y) keputusan pembelian produk herbalife).

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata (α) sebesar ($5\% = 0,05$) dengan kriteria:

(a) H_0 ditolak, jika signifikan $t < 0,05$

(b) H_0 diterima, jika signifikan $t \geq 0,05$

d. Menghitung nilai signifikan t diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 25.

2. Pengujian hipotesis secara simultan

a. $H_0: \rho_{y123} = 0$

(Variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan sikap (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk herbalife).

b. $H_a: \rho_{y123} \neq 0$

(Variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan sikap (X_3) berpengaruh terhadap (Y) keputusan pembelian produk herbalife).

Untuk menguji pengaruh secara simultan, dilihat dari *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata atau (α) sebesar (5%, = 0,05) dengan kriteria:

- (a) H_0 ditolak, jika signifikan $F < 0,05$
- (b) H_0 diterima, jika signifikan $F \geq 0,05$

c. Menghitung nilai signifikan F diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 25.

Jika hasil pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan mendapatkan hasil H_a diterima dan H_0 ditolak maka nilai R^2 dapat dipakai untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi pada variabel terikat.