BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu menurut Sugiyono (2017:7), adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Dimana tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas dan terikat, kemudian dibuat instrumen untuk mengukurnya. Selanjutnya, hasil penelitian akan dideskripsikan, yaitu dengan menjelaskan secara terperinci mengenai fenomena atau peristiwa yang tengah berlangsung pada saat dilakukan penelitian pada objek yang diteliti. Untuk mendapatkan data yang relevan dan akurat peneliti melakukan pengisian kuesioner.

Metode penilitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini data dan informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Setelah data diperoleh kemudian hasilnya akan dijelaskan secara perspektif pada akhir penelitian akan dianalisa untuk menguji hipotesis yang diajukan pada awal penelitian ini.

3.2 Populasi dan Sampel

a) Populasi

Menurut Sugiyono (2018:130) Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pendapatan tersebut, populasi penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk parfum *refill* Andev Parfum.

b) Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability dengan teknik purposive sampling. Sugiyono (2019:133) mengemukakan bahwa teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah sampel diambil dari konsumen yang sudah membeli produk parum lebih dari dua kali di Andev Parfum. Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2019:143) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan korelasi, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable yang diteliti. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan ukuran sampel menurut Sugiyono (2019:143) dimana analisis yang digunakan adalah dengan korelasi maka, jumlah anggota sampel diambil 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel dalam penelitian ini ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = 20 X 4 variabel = 80.

Dari hasil perhitungan diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 80 orang responden yang menggunakan produk parfum refil Andev Parfum.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Darmadi (2013:153), Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri- ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2018;13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji

penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Jenis data yang digunakan terdiri dari dua data, yaitu:

1) Data Primer

   Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh pelanggan Andev Parfume di Jakarta.

2) Data Sekunder

   Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Agar dapat menguatkan gagasan dalam menganalisis serta mengevaluasi hasil penelitian tersebut, maka dibutuhkan landasan seperti teori-teori atau pendapat para ahli yang bersumber dari literatur perpustakaan, ilmu perkuliahan, majalah-majalah ilmiah serta sumber lain yang dianggap berkenaan dengan penelitian ini.

3.3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang akan digunakan berupa jawaban responden atas pernyataan kuesioner yang telah disebarkan dan diukur menggunakan skala likert, dimana skor skala tersebut 1 sampai 4. Metode pengumpulan data ini akan menggunakan google forms untuk menyebakan kuesioner kepada para responden. Menurut Sugiyono (2018:152) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.1

Skala Utama (*Likert*)

No	Pendapat	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2018:153)

a. Penelitian Pustakaan

Penelitian kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari perusahaan dengan cara dokumentasi. Penelitian dilakukan antara lain dengan mengumpulkan data yang bersumber dari literatur-literatur, bahan kuliah dan hasil penelitian lainnya yang ada hubungannya dengan objek penelitian.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2018:38) Operasional Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan nya.

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable).

1. Variabel bebas. Menurut Sugiyono (2018:57) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Promosi (X_3).
2. Variabel terikat. Menurut Sugiyono (2018:57) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Berikut ini merupakan tabel yang menjelaskan indikator setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.2

Variabel dan Kuesioner Harga (X_1)

Variabel X_1	Indikator	Pernyataan	No Item
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.	1
Harga Kotler dan Amstrong (2016:78)	Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.	2

	Keterjangkauan Harga	Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.	3
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.	4

Tabel 3.3

Variabel dan Kuesioner Kualitas Pelayanan (X_2)

Varabel X_2	Indikator	Pernyataan	No. Item
Kualitas Pelayanan Tjiptono dan Chandra, (2016:137)	Daya Tanggap (*Responsiveness*)	Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.	5
	Empati (*Empathy*)	. Memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.	6
	Reliabilitas (*Reliability*)	. Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan	7

		apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu disepakati.	
	Jaminan (*Assurance*)	. Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.	8
	Bukti fisik (*Tangibles*)	. Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.	9

Tabel 3.4

Variabel dan Kuesioner Kepercayaan (X_3)

Variabel X_3	Indikator	Pernyataan	No. Item
Kepercayaan Langton, et. al., (2016:241)	Kebaikkan Hati (*Benevolence*)	. Merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan untuk kedua belah pihak.	10
	Integritas (*Integrity*)	. Berkaitan dengan bagaimana perilaku penjual dalam menjalankan usahanya, apakah infomasi yang diberikan kepada pembeli benar dan sesuai dengan fakta atau tidak.	11
	Kemampuan (*Ability*)	. Mengacu kepada kompetensi dan karakteristik penjual, dalam hal ini bagaimana penjual memberikan pelayanan dan keamanan dalam melakukan transaksi.	12

Tabel 3.5

Variabel dan Kuesioner Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel (Y)	Indikator	Pernyataan	No. Item
Loyalitas Pelanggan Griffin (2015:115)	*Purchase across product and service line* (pembelian antar lini produk dan jasa)	Konsumen tidak hanya membeli jasa dan produk utama tetapi konsumen juga membeli produk dan jasa dari perusahaan yang sama.	13
	Makes regular repeat purchase (melakukan pembelian secara teratur)	Konsumen melakukan pembelian secara continue pada produk tertentu.	14
	Refers to (Mereferensikan kepada orang lain)	Konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut *(word of mouth)* berkenaan dengan produk tersebut.	15

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yaitu Teknik analisis menggunakan data informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variabel-variabel yang diteliti dengan menggunakan model-model statistik, yaitu: Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebgai berikut:

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur Sugiyono (2017:198).

Untuk menguji validitas penulis menggunakan 80 sampel yang diuji dan untuk mengetahui kevalidannya dengan melihat r tabel. Dengan taraf signifikan 5% dan nilai tabel yang didapat dari (df=N-2) yaitu 80 maka tabel r sebesar 0,2638. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Uji validitas dalam penelitian digunakan untuk memastikan apakah kuesioner yang akan dipakai untuk mengukur variabel penelitian valid atau tidak valid.

Kuesioner yang valid berarti kuesioner yang dipergunakan untuk mengumpulkan data itu valid, yang berarti kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Instrument yang dianggap valid dengan membandingkannya dengan r tabel yaitu sebagai berikut:

1) Jika r hitung positif dan r hitung > r tabel maka variabel tersebut valid.
2) Jika r hitung tidak positif dan r hitung < r tabel maka variabel tersebut tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Relibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Sugiyono (2017:201).

Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Croncbach Alpha*.

Hasil pengujian reliabilitas dengan Cronbach's Alpha menghasilkan koefisien alpha lebih dari r tabel sebesar 0,3120 (df=N-2)df=40-2),a=5%),dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Koefisien Cronbach Alpha > 0,60 menunjukkan keandalan (reliabilitas) instrumen. Selain itu, Cronbach Alpha yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

Analasis data adalah pengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, Metabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data masing-masing variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dengan analisis ini akan diketahui Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Andev Parfum di Jakarta. Dalam penelitian ini penulis menggunakan angka-angka yang diperoleh menggunakan skala yang paling sering pada penelitian yaitu Skala *Likert*.

Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena social. Penulis harus membuat beberapa pernyataan mengenai fenomena tertentu dan responden diminta untuk memberikan pendapatnya berupa kata-kata: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Tiap pilihan pendapat memiliki bobot yang berbeda, dan seluruh jawaban responden akan dijumlahkan berdasarkan bobotnya sehingga menghasilkan suatu skor mengenai suatu topik/fenomena tertentu.

3.6 Analisis Statistik Data

3.6.1 Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi (R2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol (0) dan satu (1). Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberika hampir smeua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Untuk mengukur nilai dari koefisien determinasi, maka menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R 2 = Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

1. Jika KD mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan lemah.
2. Jika KD mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dinyatakan kuat.

3.6.2 Hipotesis Statistik

Menurut Sugiyono (2017:99) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

1. Pengujian (Uji-t hitung)

Menurut Sugiyono (2018:223) Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang di teliti. Pengujian hipotesis menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 (5%) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95 (95%). Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H0 : bi = 0

Ha : bi ≠ 0

a. Pengaruh Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H0_1 : b_1 < 0_1$ tidak terdapat pengaruh positif X_1 terhadap Y

$Ha_1 : b_1 > 0_1$ terdapat pengaruh positif X_1 terhadap Y

b. Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H0_2 : b_2 < 0_2$ tidak terdapat pengaruh positif X2 terhadap Y

$Ha_2 : b_2 > 0_2$ terdapat pengaruh positif X_2 terhadap Y

c. Pengaruh Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H0_3 : b_3 < 0_3$ tidak terdapat pengaruh positif X_3 terhadap Y

$Ha_3 : b_3 > 0_3$ terdapat pengaruh positif X_3 terhadap Y

Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika tingkat signifikan < 5% maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

   Jika tingkat signifikan > 5% maka H0 diterima dan Ha ditolak, artinya varibael independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.