

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian menurut jenis data dan analisis digolongkan menjadi penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Dalam metode ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014: 23) penelitian kuantitatif diartikan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Arikunto yang dikutip Ayuni dan Sati (2022) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Menurut Sugiyono (2014:12) menyatakan bahwa penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner dan observasi. Penelitian ini mengambil objek dari pelanggan klinik kecantikan cantika.

B. Tahapan Penelitian

1. Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pelanggan yang langganan atau pernah membeli produk ke klinik kecantikan cantika.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi responden didalam penelitian ini, yang menggunakan metode *purposive sampling* adalah :

- 1) Responden telah membeli produk di Klinik kecantikan Cantika Kota Metro lebih dari 3 kali.
- 2) Responden membeli produk, setidaknya dalam 1 bulan terakhir
- 3) Responden merupakan warga metro dan sekitarnya

Berdasarkan syarat-syarat tersebut didapat jumlah responden yang dapat memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Adapun jumlah sampel yang memenuhi syarat pada penelitian ini adalah sebanyak 64 sampel.

2. Tahapan

- 1) Menentukan sampel penelitian. Mengetahui siapa saja konsumen yang melakukan pembelian dan perawatan diklinik kecantikan cantika.
- 2) Menentukan waktu penelitian. Pengamatan peristiwa menggunakan periode penelitian selama periode pengamatan berlangsung.
- 3) Melakukan uji *Validitas* data sampel penelitian selama periode pengamatan.
- 4) Melakukan uji *Reliabilitas* data sampel penelitian selama periode pengamatan.
- 5) Melakukan uji *Normalitas* data sampel penelitian selama periode pengamatan.
- 6) Melakukan uji *Linieritas* data sampel penelitian selama periode pengamatan.
- 7) Melakukan uji *Homogenitas* data sampel penelitian selama periode pengamatan.
- 8) Melakukan uji Analisis Regresi Linier Berganda

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan batasan-batasan yang dipakai

penulis untuk menghindari adanya interpretasi yang berbeda terhadap variabel yang diteliti dan untuk memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data lapangan, sehingga setiap variabel perlu dioperasionalkan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) citra merek (X2) dan kepuasan pelanggan (X3). Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Definisi konseptual dan operasional variabel pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Menurut Sugiyono (2013:38) variable penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Kualitas Pelayanan (X1)

- a. Definisi Konseptual: Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan pelanggan yang dipengaruhi oleh ketanggapan, kehandalan, berwujud, jaminan serta empati.
- b. Definisi Operasional: Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh ketanggapan, kehandalan, berwujud, jaminan, empati yang diukur menggunakan instrumen dan skala Likert yang diberikan kepada konsumen klinik kecantikan cantika

2. Citra merek (X2)

- a. Definisi konseptual: Citra merek adalah persepsi yang tertanam dibenak konsumen terhadap merek yang mencakup pengalaman, asosiasi dan keyakinan, ide, kesan, atribut produk serta keunikan produk
- b. Definisi operasional: citra merek adalah persepsi yang tertanam dibenak konsumen terhadap merek yang mencakup asosiasi dan keyakinan, ide, kesan, atribut produk yang diukur menggunakan instrumen dan skala Likert yang diberikan kepada konsumen klinik kecantikan cantika.

3. Kepuasan pelanggan (X3)

- a. Definisi konseptual: Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan pelanggan dengan produk maupun pelayanan yang telah diberikan apabila harapan sesuai dengan para konsumen yang dipengaruhi oleh rekomendasi kepada teman, membeli kembali, menciptakan citra merek, menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.
 - b. Definisi operasional: Definisi Operasional: Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan pelanggan dengan produk maupun pelayanan telah diberikan apabila harapan sesuai dengan para konsumen yang dipengaruhi oleh rekomendasi kepada teman, membeli kembali, menciptakan citra merek, menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama. Yang diukur dengan menggunakan likers yang diukur dengan kuisisioner yang diberikan kepada pelanggan klinik kecantikan cantika..
4. Keputusan pembelian (Y)
- a. Definisi konseptual: keputusan pembelian merupakan suatu keputusan para konsumen yang dipengaruhi oleh jenis produk, harga, promosi dan lokasi melalui beberapa tahapan dalam proses pengambilan keputusan.
 - b. Definisi operasional : keputusan pembelian merupakan suatu keputusan para konsumen yang dipengaruhi oleh jenis produk, harga, promosi dan lokasi melalui beberapa tahapan dalam proses pengambilan keputusan yang diukur menggunakan instrumen dan skala Likert yang diberikan kepada konsumen klinik kecantikan cantika..

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang relevan dalam penelitian ini maka peneliti membutuhkan suatu teknik pengumpulan data. teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan cara tanya jawab baik lisan maupun tulisan dari narasumber yang dapat dipercaya untuk dimintai suatu informasi. Menurut Sugiyono (2019) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2016:145). Selain kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka dan dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Untuk mengukur variabel-variabel tersebut, dilakukan penyebaran kuisisioner kepada responden. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut:

Tabel 3.1. Kisi-kisi Kuesioner

No	Variabel	Indikator	No. Item
1.	Kualitas pelayanan (X1)	1. Tangible (Berwujud) 2. Reliability (Kehandalan) 3. Responsiviness (Ketanggapan) 4. Assurance (Jaminan) 5. Emphaty (empati)	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16 17,18,19,20
2.	Citra merek (X2)	1. Pengalaman konsumen 2. Asosiasi atau kepercayaan 3. Ide dan kesan konsumen 4. Atribut produk (nama, karakteristik, simbol) 5. Keunikan produk	1,2,3,4 5,6,7,8,9,10 11,12,13, 14,15,16,17 18,19,20
3	Kepuasan pelanggan (X3)	1. Membeli Kembali 2. Rekomendasi kepada teman untuk berkunjung kembali. 3. Menciptakan Citra Merek 4. Menciptakan Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Yang Sama	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15,16, 17,18,19,20
4.	keputusan pembelian (Y)	1. Jenis produk 2. Harga produk 3. Promosi 4. Lokasi	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10,11 12,13,14,15,16 17,18,19,20

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan adalah variabel yang diukur dengan menggunakan skala likert, Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Dengan skala likert, maka variabel

yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan instrumen pernyataan. Jawaban yang diperoleh dari instrumen akan diberikan point mulai dari yang terendah sampai yang tertinggi dengan kata-kata sebagai berikut:

- A. Sangat Setuju : Skor 5
- B. Setuju : Skor 4
- C. Cukup Setuju : Skor 3
- D. Tidak Setuju : Skor 2
- E. Sangat Tidak Setuju : Skor 1

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap selanjutnya yang akan diselesaikan dalam penelitian setelah dilakukan pengumpulan data, maka selanjutnya yang dilakukan adalah mengolah data dan menganalisis secara bertahap data-data tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mencari pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan (X1), Citra Merek (X2) dan Kepuasan Pelanggan (X3) sebagai variabel independen dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Kriteria yang digunakan dalam uji validitas adalah r hitung $>$ r tabel. Jika memenuhi kriteria tersebut maka suatu data dinyatakan valid. Untuk melakukan uji validitas dapat menggunakan teknik pearson product moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara x dengan Y

X_i = nilai x ke- i

Y_i = nilai y ke- i

n = banyaknya nilai

b. Uji Reliabilitas

(Sugiyono, 2016) Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas sendiri bertujuan untuk mengukur kuesioner (angket) yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Apabila nilai α lebih besar dari 0,60 disimpulkan kuesioner bisa memenuhi konsep reliabilitas, akan tetapi bila nilai α lebih kecil dari 0,60 kuesioner tidak memenuhi konsep reliabilitas, maka tidak bisa digunakan untuk alat ukur penelitian. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan software SPSS dengan metode Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Rumus yang digunakan adalah :

$$r_1 = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_1 = reliabilitas instrumen

n = banyaknya butir instrumen

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = varians total

2. Pengujian Persyaratan Analisis Regresi (*Cross Section*)

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat distribusi normal antara variabel terikat dan variabel bebas (Ghazali, 2018). Apabila distribusi data normal atau mendekati normal, berarti model regresi adalah baik. Pengujian untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan uji statistik non-parametrik. Uji statistik non parametrik yang digunakan adalah uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov jika hasil dari signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan hasil angka signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

b. Uji linieritas

Uji linieritas ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau masih salah (Ghazali, 2018). Uji linieritas

digunakan untuk mendapatkan hasil antara dua variabel ataupun lebih secara signifikan mempunyai hubungan linier atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Untuk melakukan uji linearitas digunakan program SPSS. Selanjutnya, lihat kolom Sig. pada baris Linearity di Anova Table, jika nilainya $< 0,05$ maka bersifat linear, sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat linearitas.

- a. Sig $> 0,05$ = linier
- b. Sig $< 0,05$ = tidak linier

c. Uji Homogenitas

Menurut Sugiyono (2013: 276). Uji homogenitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi yang sama. Uji homogenitas dikenakan pada data hasil *post-test* dari kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Untuk mengukur homogenitas varians dari dua kelompok data, digunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Varian Terbesar}}{\text{Varian Terkecil}}$$

Taraf signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka memiliki varian yang homogeny. Akan tetapi apabila F hitung lebih besar dari F tabel, maka varian tidak homogen.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji apakah signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui regresinya. Regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dan tiga variabel bebas (X). Dalam penelitian ini software yang digunakan adalah SPSS 25. Penelitian ini akan menguji signifikansi antara variabel bebas (X) yang terdiri dari Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap variabel terikat (Y) yakni variabel Keutusan Pembelian.

Persamaan linier regresi berganda dijelaskan dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

a	= Konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	= Koefisien regresi
X1	= Kualitas Pelayanan
X2	= Citra Merek
X3	= Kepuasan Pelanggan
Y	= Keputusan Pembelian
e	= <i>error or trem</i>

b. Uji T

Uji statistik T pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji T ini dilakukan dengan membandingkan nilai statistik T dengan nilai kritis menurut tabel. Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F ini digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat. Dan uji statistik F ini dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan dari uji F dengan nilai F menurut tabel. Apabila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel maka hipotesis diterima.

d. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai determinasi terletak antara nol dan satu. (R²) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai adjusted r square (R²). Nilai adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

4. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan atau pernyataan sementara yang perlu diuji kebenarannya. Dalam merumuskan hipotesis perlu diperhatikan adalah parameter apa yang akan diuji dalam penelitian dan melakukan pengujian dengan hipotesis statistik nol (H_0): $\beta \geq 0$ dan hipotesis alternatif (H_a) $\beta < 0$.
Sebagai berikut yaitu :

- a. $H_0: \beta_{x_1, Y} \geq 0$: Kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_{x_1, Y} < 0$: Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
- b. $H_0: \beta_{x_2, Y} \geq 0$: Citra merek (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_{x_2, Y} < 0$: Citra merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
- c. $H_0: \beta_{x_3, Y} \geq 0$: Kepuasan pelanggan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_{x_3, Y} < 0$: Kepuasan pelanggan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
- d. $H_0: \beta_{x_1}, \beta_{x_2}, \beta_{x_3}, Y \geq 0$: Kualitas pelayanan (X1), Citra merek (X2) dan Kepuasan pelanggan (X3) bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: \beta_{x_1}, \beta_{x_2}, \beta_{x_3}, Y < 0$: Kualitas pelayanan (X1), Citra merek (X2) dan Kepuasan pelanggan (X3) bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)