

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini menitikberatkan pada persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pembalut wanita herbal. Objek penelitian adalah para remaja atau wanita dewasa yang sudah mengalami menstruasi dan menggunakan pembalut herbal. Penelitian dilakukan terhadap objek yang berdomisili di Bandar Lampung dan sekitarnya.

### **3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.2.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh formasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang dijadikan sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen, variabel independen ini adalah Persepsi Kualitas Produk (X). Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas, variabel dependen pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

### 3.2.2 Definisi Operasional

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur – unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian. Adapun secara lebih rinci, operasionalisasi variabel penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi	Sub Variabel	Indikator	Skala
Persepsi Kualitas (X) “Menurut Rangkuti dalam Putra (2014) Persepsi akan kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan maksud yang diharapkan”	<i>Performace</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan manfaat</li> <li>• Menjalankan fungsi dengan baik</li> <li>• Tidak mudah bocor</li> </ul>	Likert
	<i>Features</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain produk menarik</li> <li>• Memiliki aroma yang segar</li> <li>• Menggunakan bahan-bahan herbal</li> </ul>	Likert
	<i>Reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan yang digunakan dari kapas asli</li> <li>• Mengandung antiseptik</li> <li>• Produk nyaman digunakan</li> </ul>	Likert
	<i>Conformance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan produk sesuai dengan yang dijanjikan</li> <li>• Harga sesuai dengan kualitas yang dirasakan</li> <li>• Manfaat yang didapat sesuai dengan yang dijanjikan</li> </ul>	Likert
	<i>Durability</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mudah robek/rusak</li> <li>• Daya serap 3x lebih tahan lama dibandingkan dengan merek lain</li> <li>• Daya perekat kuat</li> </ul>	Likert
	<i>Preceived quality</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk herbal yang sehat</li> <li>• Dapat mengatasi masalah kewanitaan</li> <li>• Pembalut yang berkualitas</li> </ul>	Likert
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Amrstong (2008) “Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian”		Pengenalan kebutuhan	Likert
		Pencarian Informasi	Likert
		Evaluasi alternatif	Likert
		Keputusan pembelian	Likert
		Perilaku Pasca Pembelian	Likert

### 3.3 Metode Penentuan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Malholtra (2009) populasi adalah gabungan keseluruhan elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Populasi yang diteliti adalah konsumen yang menggunakan Avail FC Bio Sanitary Pad (pembalut herbal) di Bandar Lampung dan Sekitarnya.

#### 2. Sampel

Menurut Malholtra (2009) sampel adalah sub kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Karakteristik sampel, disebut statistik, yang kemudian dipakai untuk membuat inferensi (kesimpulan) mengenai parameter populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dikenai penelitian secara langsung. Teknik penentuan sample yang digunakan pada penelitian adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2013) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria responden diambil pada penelitian ini adalah :

1. Konsumen yang sudah pernah membeli Avail FC Bio Sanitary Pad (pembalut herbal)
2. Konsumen yang sudah menggunakan Avail FC Bio Sanitary Pad (pembalut herbal), dan
3. Berdomisili di Bandar Lampung.

Menurut Widiyanto (Suprpti, 2010) ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, oleh karena itu besar sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4 MOE^2}$$

di mana :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

*Moe = Margin of Error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal

pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} = 96,04$$

Jadi jumlah sampel pada penelitian adalah 96,04 di bulatkan menjadi 100 responden.

### 3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan untuk tujuan khusus riset. Data primer tidak akan dikumpulkan sampai data sekunder yang ada dianalisis seluruhnya (Malhotra, 2009)

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang sudah ada di suatu tempat, telah dikumpulkan untuk tujuan lain. Data sekunder adalah data yang

ekonomis dan merupakan sumber yang menyediakan dengan cepat informasi latar belakang. (Malhotra, 2009).

Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari masyarakat yang ada di Bandar Lampung dan sekitarnya.

### **3.5 Metode Pengumpulan data**

Metode pengumpulan data atau cara memperoleh informasi atau dari berbagai sumber, dilakukan dengan cara :

1. Penyebaran Kuesioner

Kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis atau verbal yang dijawab oleh responden (Malhotra, 2009).

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan ini berupa data yang diambil dari beberapa literatur seperti buku, jurnal, artikel, modul, makalah dan internet.

### **3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahian suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti (Simamora, 2002). Pengujian validitas menggunakan teknik analisis faktor, dimana harus disepakati dulu bahwa analisis faktor dapat dilakukan apabila setiap faktor membentuk instrumen sudah valid. Analisis faktor dapat dilakukan dalam kondisi antara faktor

yang satu dengan faktor yang lain terdapat kesamaan kesinambungan, ataupun tumpang tindih. Proses utama analisis faktor yaitu : (1) menentukan variabel apa saja yang akan di analisis, (2) menguji variabel-variabel yang telah ditentukan, dengan metode *Bartlett test of sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling*) pada tahap analisis faktor ini, dilakukan penyaringan terhadap sejumlah variabel, hingga didapat variabel-variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis, (3) sejumlah variabel yang memenuhi syarat didapat, kegiatan berlanjut ke proses inti pada analisis faktor yakni *factoring*; proses ini akan mengekstrak satu atau lebih faktor dari variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya. Menurut Santoso (2014) Angka MSA (*Measure of Sampling*) berkisar 0 sampai 1 dengan kriteria :

MSA=1, variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain

MSA>0,5, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut

MSA<0,5, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Langkah analisis faktor berikutnya, adalah melihat *factor loading* dari masing-masing item pertanyaan atau indikator. *Factor loading* merupakan korelasi sederhana antara variabel-variabel dengan faktor-faktor (Malhotra, 2009), kriteria signifikansi *factor loading* adalah  $\geq 0.5$ .

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. (Simamora, 2002) Teknik analisis reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Menurut Nunnally dalam Ghozali (2013) suatu instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Penentuan kategori dari validitas instrumen yang mengacu pada pengklasifikasian reliabilitas yang dikemukakan oleh Gilfrod adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Klasifikasi Reliabilitas**

Rentang Nilai Reliabilitas	Keterangan
$0,80 < r_{11} \leq 1,00$	Reliabilitas sangat tinggi
$0,60 < r_{11} \leq 0,80$	Reliabilitas tinggi
$0,40 < r_{11} \leq 0,60$	Reliabilitas sedang
$0,20 < r_{11} \leq 0,40$	Reliabilitas rendah
$-1,00 < r_{11} \leq 0,20$	Reliabilitas sangat rendah (tidak reliabel)

Sumber : <https://ikhtiarnet.files.wordpress.com>

## 3.7 Metode Analisis Data

### 3.7.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif digunakan untuk memberikan gambaran secara diskriptif tentang tanggapan yang diberikan responden pada kuisisioner atau daftar pertanyaan yang diberikan yaitu berupa umur, dan pekerjaan, dan pengeluaran.

Rentang Skala :

$$\frac{n(m-1)}{m}$$

$$\frac{100(5 - 1)}{5}$$

$$= 80$$

Dimana :

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

Sumber: Umar (2005)

Hasil perhitungan interval kelas sebesar 80, maka dapat dibuat rentang skor dari jawaban 100 reponden seperti pada Tabel 3.2 sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Rentang Skor**

No	Rentang Skor	Keterangan
1.	80 - 159	Sangat Tidak Baik
2.	160 - 239	Tidak Baik
3.	240 - 319	Netral
4.	320 - 399	Baik
5.	400 - 479	Sangat Baik

### 3.7.2 Metode Analisis Kuantitatif

Metode kuantitatif ini menggunakan statistik sebagai alat analisis datanya (Silalahi, 2006). Statistik ini diartikan sebagai metode pengetahuan yang berhubungan dengan cara-cara penafsiran dan penarikan kesimpulan berdasarkan kumpulan data yang telah diperoleh sebelumnya melalui observasi dan penganalisaan yang dilakukan melalui aturan-aturan dan prosedur-prosedur tertentu. Analisis kuantitatif dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut



$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e$$

Dimana :

Y: Keputusan Pembelian

a : konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$ : Koefisien regresi

$X_1$  : *Performance* (Kinerja)

$X_2$  : *Features* (Fitur produk)

$X_3$  : *Reliability* (Keandalan)

$X_4$  : *Conformance* (Kesesuaian produk)

$X_5$  : *Durability* ( Daya Tahan)

$X_6$ : *Preceived quality* (Kualitas yang  
dipersepsikan/dirasakan)

e : variabel pengganggu

### 3.8 Uji Hipotesis

#### 3.8.1 Uji Parsial ( Uji T)

Uji t merupakan metode pengujian dalam statistik yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh semua variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kegunaan dari Uji t ini adalah untuk menguji apakah variable persepsi kualitas (X), secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Bio Sanitary Pad (pembalut herbal), dengan derajat kepercayaan sebesar 5% (Ghozali, 2013). Hipotesis yang dipakai adalah :

- $H_0 : b_i = 0$ , artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- $H_a : b_i \neq 0$ , artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (5%) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 (Ghozali, 2013).

Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas, yaitu :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Artinya, tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel persepsi Kualitas Produk (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

$$H_A : b_1 = b_2 = b_3 \neq 0$$

Artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel persepsi Kualitas Produk (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Kriteria pengujian pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

$H_0$  diterima jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  ditolak jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

### 3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup> Square* karena sudah disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup> Square* dapat turun atau naik apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2013).