

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dengan pendekatan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang berfokus terhadap pengolahan analisis beberapa data numerik atau angka menggunakan teknik statistik. Secara dasar metode kuantitatif dilaksanakan dalam riset inferensial sebagai bentuk uji hipotesa serta menarik kesimpulan hasil terhadap sebuah probabilitas kekeliruan hipotesa nihil yang ditolak. Adapun tujuan dari penelitian ini berguna dalam menguji dan memperoleh bukti empiris bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, merek dan minat masyarakat muslim terhadap permintaan produk yafa's beauty health & care. Pendekatan asosiatif tersebut merupakan tujuan dari penelitian dalam melihat korelasi dari dua variable bahkan lebih.(Putra, n.d.)

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Klinik Kecantikan Yafa's Beauty Health & Care Kota Medan, Sumatera Utara.

#### 2. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini dari bulan April 2022 - selesai.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN  
**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan(2022)											
		Fe b	Ma r	Ap r	Me i	Ju n	Ju l	Ag s	Se p	Ok t	No v	De s	
1.	Pengajuan Judul												
2.	Penulisan Proposal												
3.	Seminar Proposal												

4.	Pelaksanaan Penelitian											
5.	Sidang Skripsi											
6.	Wisuda											

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Ginting dan Situmorang (2008:128) menjelaskan populasi yaitu sebuah komunikasi berdasarkan bagian penelitian yang merupakan komponen paling kecil sebagai sumber data yang dibutuhkan. Populasi merupakan daerah generalisasi yang terbagi menjadi subjek ataupun objek dan memiliki mutu serta karakter yang ditentukan dari peneliti sehingga dapat dipahami lalu menarik suatu kesimpulan. Populasi dijadikan sekumpulan subyek, variabel, pola, dan peristiwa. Adapun populasi pada penelitian ini yaitu semua klinik kecantikan Yafa' Beauty Health & Care Kota Medan.

#### 2. Sampel

Sujarweni (2015:81) menjelaskan Sampel merupakan bagian terhadap total dan karakter yang ada dalam populasi tersebut ataupun komponen kecil oleh keanggotaan pengambilan populasi berdasarkan tata cara tertentu hingga mampu menjadi wakil populasinya. Sampel diambil dengan menerapkan sampel jenuh. Sampling jenuh merupakan penggunaan teknik dalam mengumpulkan data dari populasi yang jumlahnya sangat kecil atau dimaksudkan untuk digeneralisasikan dengan kesalahan yang sangat kecil. Sampel jenuh sering diartikan sebagai sampel yang telah mencapai maksimum, dan kuantitas berapa pun tidak mengubah keterwakilan kecocokan yang ditemukan yang cocok sebagai sumber data.

Dalam menetapkan total sampel, bisa dilaksanakan dengan menerapkan rumus slovin:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

$\epsilon$  = Prosentasi kelonggaran yang tidak tertarik sebab kekeliruan dalam mengambil sampel yang dibutuhkan

Populasi (N) mencapai 230 orang bernilai kesalahan ( $\epsilon$ ) mencapai 10%, maka besaran dalam mengambil sampel yaitu:

$$n = \frac{230}{1 + 230(0,1)^2}$$

$$n = 69,6 = 70 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 70 responden.

Sujarweni (2015:155) Penggunaan teknik untuk menetapkan individu sampel yaitu menerapkan *accidentalsampling*, dimana metode tersebut dilaksanakan pada penilai yang dengan tidak disengaja berjumpa terhadap obyek riset ketika pengamatan dijalankan. Standar konsumen yang bisa sebagai sampel yaitu penilai dengan usia minimum 17 tahun sebab umur tersebut dinilai menjadi konsumen dewasa yang bisa memberi nilai layanan, tarif, tempat pada rasa puas pelanggan di Klinik Kecantikan Yafa's Beauty & Health Care.

## D. Jenis Penelitian

### 1. Jenis Data

Penggunaan jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif, dengan teknik mengumpulkan data menggunakan langkah menyebarkan angket berupa kuesioner. Data yaitu seluruh suatu hal yang berkaitan pada penjelasan mengenai sebuah kenyataan dan bukti yang didapat peneliti pada tempat riset.

## 2. Sumber Data

Penggunaan data pada penelitian ini adalah data primer, yang merupakan sebuah pengumpulan serta pengolahan data secara individu dari sebuah komunitas ataupun personal secara nyata melalui objek. Peneliti mendapatkan data menggunakan langkah membagikan angket pada penilai. Kuesioner merupakan metode mengumpulkan data yang dilaksanakan dari memberi sekumpulan pertanyaan pada penilai dan memberikan jawabannya.

## E. Definisi Operasional

Operasional variabel adalah pedoman cara pengukuran sebuah variabel ataupun untuk memberikan kemudahan pengetahuan untuk mengkaji sebuah riset dan memiliki tujuan menyarakan proses yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi pola, bisa meminimalkan kekeliruan ukuran serta observasi.

Penjelasan operasional melalui setiap variabel dalam penelitian yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Harga (X1)	Harga adalah tarif keseimbangan yang disepakati oleh penjual dan pembeli atau nilai tukar rupiah untuk produk dan jasa yang dinyatakan dalam uang. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar klien untuk membeli barang.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengankualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Ketetapan harga	<i>Likert</i>

2.	<b>Kualitas produk (X2)</b>	<p>Kualitas merupakan kelebihan yang ada di suatu produk. Ketika sebuah produk dirilis, yang sering disebut dengan kualitas sebenarnya adalah suatu hal yang mempunyai ruang pola individu dan memiliki perbedaan mutu pada sudut pandang pengguna. Produk merupakan suatu jasa/benda yang dibuat dan dipergunakan dalam rangka mencukupi permintaan mereka.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja</li> <li>2. Dayatahan</li> <li>3. Kesesuaian dengan spesifikasi</li> <li>4. Fitur</li> <li>5. Reliabilitas</li> </ol>	<i>Likert</i>
3.	<b>Lokasi (X3)</b>	<p>Lokasi merupakan wadah operasional suatu perusahaan ataupun lokasi aktivitas dalam memperoleh jasa/barang yang berfokus terhadap ekonomi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Akses</li> <li>2) Visibilitas</li> <li>3) Lalulintas</li> <li>4) Tempat parkir</li> <li>5) Ekspansi</li> </ol>	<i>Likert</i>
4.	<b>Minat masyarakat</b>	<p>Minat merupakan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dorongan dari</li> </ol>	<i>Likert</i>

	<b>muslim (X4)</b>	dorongan yang menunjang seseorang melaksanakan sesuatu yang diinginkan jika bebas menetapkan.	dalam individu 2. Motif sosial 3. Faktoremosional 4. Dorongan dari orang lain 5. Produk yang lagi populer	
5.	<b>Permintaan produk (Y)</b>	permintaan merupakan beberapa macam dan total barang dan permintaan jasa terhadap beberapa hal yang mungkin terhadap tarif pada waktu tertentu di pasar.	1. Harga 2. Pendapatan 3. Harga baranglain 4. Selera 5. Ekspektasi akan terjadinya perubahan harga.	<i>Likert</i>

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam mengumpulkan data yang dilaksanakan peneliti pada penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner, dimana angket tersebut merupakan metode mengumpulkan informasi dari pembuatan urutan pertanyaan yang berhubungan pada obyek yang dikaji, diberi berurutan pada penilai yang berkaitan pada obyek yang akan dikaji. Pembuatan ukuran beberapa variabel pada penelitian ini menerapkan skala Likert sehingga penilai memberikan pendapat pada pertanyaan yang diberikan. Masing-masing pertanyaan itu sendiri memiliki lima opsi piluhan jawaban yang ditentukan penilai serta masing-masing jawaban diberikan nilai berbentuk angka yaitu:

- a. Jawaban Sangat Setuju/Paham (SS) diberi skor:5
- b. Jawaban Setuju/Paham (S) diberi skor:4
- c. Jawaban Netral (N) diberi skor:3
- d. Jawaban Tidak Setuju/Paham (TS) diberi skor:2
- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju/Paham (STS) diberi skor:1

Data yang didapatkan pada penelitian ini butuh dilakukan analisis lanjutan guna data itu sendiri bisa ditentukan kesimpulan secara efektif dengan tujuan dalam melihat kebenaran dan kevalidan data pada penelitian sehingga dapat dilakukan pengujian validitas serta reabilitasnya.

## A. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini dilakukan pengolahan data menerapkan data primer berbentuk angket ataupun kuesioner, dimana angket tersebut adalah urutan susunan pertanyaan yang dirancang dengan simultan serta berikutnya disebar pada masing-masing penilai untuk diberikan jawaban. Kuesioner yang dihasilkan selanjutnya diuji kuantitatif hingga bisa didapatkan sebuah *output* berbentuk angka lalu angka itu sendiri dilakukan analisis dari program SPSS atau *Statistical Package for The Social Science* menerapkan analisa regresi ganda, sebab mengkaji mengenai empat variabel independen serta satu variabel dependen kemudian dijelaskan secara deskriptif. (Samsudin 2020)

### 1. Analisis Deskriptif

Sebuah strategi studi yang dikenal sebagai analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan menafsirkan objek persis seperti apa adanya. Membuat korelasi antar variabel, menguji hipotesis, membuat generalisasi, dan membuat teori dengan penerapan yang luas semuanya dapat dicapai dengan analisis deskriptif. Jumlah data, nilai terendah, nilai maksimum, rata-rata, dan standar deviasi untuk setiap variabel semuanya dijelaskan dalam penelitian ini.

### 2. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Penggunaan pengujian ini berguna dalam pengukuran valid atau tidak sah sebuah kuesioner. Apabila pertanyaan terhadap kuesioner dapat menyatakan suatu hal yang dilakukan pengukuran dari kuesioner itu sendiri disebut dengan valid. Apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel yaitu pengujian dua bagian dengan sign. 0.05 maka dapat dikatakan

sah/valid.

1. Apabila  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $> r$  table, maka variabel dinyatakan valid.
2. Apabilah hitung positif dan  $r$  hitung  $< r$  table, maka variabel dinyatakan tidak valid.
3. Apabilah hitung negatif  $> r$  table, maka variabel dinyatakan tidak valid.

Berikutnya dengan menerapkan *degree of freedom* (df)  $N = \text{Total Responden} - 2$  di tingkatan signifikansi 5% uji serta arah. Rendah dan tingginya validitas instrument menampilkan jarak data tidak mengalami penyimpangan melalui tampilan mengenai variabel yang dikaji. Namun, menerapkan intrument yang sudah diujikan validitas data, secara manual hasil ataupun data riset diperoleh valid, hal tersebut tentu karena adanya pengaruh dari situasi obyek yang dikaji serta kapasitas yang menerapkan instrument itu sendiri. (Wulandari 2020)

#### b. Uji Reabilitas

Pengujian ini berguna dalam pengukuran untuk penggunaan instrumen yang sungguh-sungguh terbebas dari kekeliruan hingga diinginkan mampu memperoleh hasil secara tetap. Instrumen tersebut mampu digunakan dengan baik sebab memiliki kehandalan yang kokoh, mampu bertugas secara tepat sesuai perbedaan waktu pada situasi yang berbeda juga. Jika instrumen variabel penelitian yang digunakan dapat diandalkan dan dapat dipercaya. Pengujian ini dilaksanakan terhadap beberapa pertanyaan yang telah valid. Secara umum realibilitas bernilai alpha di bawah 0,6 dinyatakan kurang reliable, berkisar 0,6 – 0,8 yakni cukup reliable, serta alpha lebih dari 0,8 dinyatakan baik.

**Tabel 3.3**

#### **Nilai Reabilitas**

<b>Nilai</b>	<b>Keterangan</b>
0,0 – 0,5	Kurang

0,6 – 0,8	Sedang
0,8 – 1,0	Baik

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki tujuan yaitu dalam mengetahui apabila model perhitungan yang diterapkan memenuhi perkiraan regresi linier klasik. Model tersebut dinyatakan valid jika terbebas oleh permasalahan asumsi klasik, yakni asumsi dasar yang dapat terpenuhi pada model regresi.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan dalam menentukan apakah pengganggu atau variabel penelitian dalam model regresi berdistribusi normal. Ada tiga pendekatan untuk menentukan apakah hasil didistribusikan secara teratur atau tidak, yaitu menggunakan *nonparametric One-Semple Kolmogrov-Smirnov* dengan 0,05 sebagai tingkat signifikan untuk masing-masing. Data dapat berdistribusi teratur jika signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 atau 5%. Sebaliknya nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi secara teratur.

#### b. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah model regresi mengidentifikasi korelasi atau hubungan yang signifikan antara variabel independen, digunakan pengujian multikolinearitas. Tidak boleh ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi yang layak. Uji multikolinearitas memiliki kondisi sebagai berikut:

1. Model regresi memiliki multikolinearitas jika  $R^2$  tinggi tetapi banyak variabel bebas yang tidak signifikan secara statistik.
2. Periksa matriks korelasi variabel independen. Terdapat multikolinearitas jika korelasi antar variabel independen tinggi (di atas 0,90).

3. Dikarenakan nilai tolerance adalah 10% lebih kecil dari nilai VIF (variance inflation factor), multikolinearitas terjadi jika nilai tolerance lebih dari 10%.

Jika multikolinearitas model regresi terbukti ada, variabel independen tinggi satu dengan nilai di atas 0,90 harus dihilangkan. Ketika nilai VIF lebih besar dari 10% dan nilai toleransi kurang dari 10%, terjadi multikolinearitas. Sebaliknya dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas jika perhitungan menghasilkan nilai VIF yang kurang dari 10%..(Tsalatsa 2021)

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik merupakan heteroskedastisitas yang membebaskan homokedastisitas. Terdapat langkah dalam melihat adanya atau tidak heteroskedastisitas yakni mengetahui grafik plot dari taraf perkiraan variabel independen yakni ZPRED dan taraf residual SRESID. Mendeteksi hasil uji ini dengan mampu dilaksanakan menggunakan tahapan scatter-plot yang membuat plot taraf ZPRED dengan SRESID. Model yang baik diperoleh apabila tidak adanya bebara pola terhadap grafik berupa pengumpulan bagian tengah, penyempitan lalu pelebaran ataupun kebalikannya lalu penyempitan kembali.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan dari regresi linier berganda adalah untuk mengidentifikasi hubungan linier antara sejumlah variabel bebas disebut sebagai X1, X2, X3, dan seterusnya dengan variabel terikat, atau Y. Berikut ini adalah hubungan fungsionalnya. antara variabel bebas dan variabel terikat: (Situmorang dan Lufti, 2012:):

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4}$  = Koefisien Regresi Variabel

$X_{1,2,3,4}$  = Harga

$X_2$  = Kualitas Produk

$X_3$  = Citra Merek

$X_4$  = Minat masyarakat muslim

$\epsilon$  = Kesalahan pengganggu (Standard error)

## 5. Uji Hipotesis

Apabila suatu model regresi telah mencukupi kriteri asumsi klasik maka dapat diterapkan dalam melakukan analisis, dari uji hipotesis berikut:

### a. Uji signifikan Serempak (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas (Harga, kualitas produk, merek dan minat masyarakat muslim) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan). Kriteria pengujiannya adalah:

**H<sub>0</sub>**:  $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ , artinya faktor harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ) dan minat masyarakat muslim ( $X_4$ ) secara serempak tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

**H<sub>a</sub>**: Minimal satu  $\beta_i \neq 0$ , artinya faktor harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ) dan minat masyarakat muslim ( $X_4$ ) secara serempak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

**H<sub>0</sub>** diterima jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $sig.t \geq \alpha(0,05)$

**H<sub>a</sub>** ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $sig.t \geq \alpha(0,05)$

### b. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ) dan minat masyarakat muslim ( $X_4$ ) secara parsial (individual) terhadap

variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Bentuk pengujianya sebagai berikut :

**H<sub>0</sub>** :  $\beta_i \leq 0$ , berarti dengan parsial adanya pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu harga (X1), kualitas produk (X2), merek (X3) dan minat masyarakat muslim (X4) berarti dengan parsial adanya variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan(Y)

**H<sub>a</sub>**:  $\beta_i > 0$ , berarti dengan parsial adanya pengaruh yang positif dari variabel bebas yaitu harga (X1), kualitas produk (X2), merek (X3) dan minat masyarakat muslim (X4) berarti dengan parsial adanya variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)

Dengan kriteria pengambilan keputusan berikut :

**H<sub>0</sub>** diterima bila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  ataupun  $sign.t \geq \alpha$  (0,05)

**H<sub>a</sub>** ditolak bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  ataupun  $sign.t < \alpha$  (0,05)

### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Variabilitas variabel dependen sebagian dapat dijelaskan oleh model, yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ). Sebaliknya, semakin mendekati satu (1) nilai  $R^2$ , semakin baik modelnya. Jika nilai  $R^2$  mendekati nol (0), berarti model tersebut kurang baik atau variasi model dalam menjelaskan sangat terbatas.

Dengan demikian, model yang digunakan untuk menggambarkan dampak dari faktor-faktor independen yang diselidiki terhadap variabel dependen menjadi lebih kuat. Kemampuan menjelaskan variasi variabel bebas (X1, X2, X3 dan X4) yaitu harga, kualitas produk, merek, dan minat masyarakat muslim terhadap variabel terikat (Y) yaitu permintaan produk. Sebaliknya, dianggap semakin berkurang jika  $R^2$  semakin kecil (mendekati nol). Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa model yang digunakan tidak cukup untuk menjelaskan secara memadai dampak dari faktor-faktor independen yang diselidiki pada variabel dependen.