

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitiannya adalah *Field Research* (penelitian lapangan). Peneliti melakukan penelitian ini secara langsung untuk menemukan fakta-fakta dan fenomena terjadi pada produk *skincare* yang tidak terdaftar di BPOM. Dan juga penelitian yang menggunakan informasi yang diperoleh dari sasaran penelitian disebut sebagai responden melalui instrumen pengumpulan data seperti angket/kuesioner, observasi, wawancara dan sebagainya (Rahmadi, 2011, hlm. 15).

Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Adapun sifat penelitian ini yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh harga dan *komunikasi dari mulut ke mulut* terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Banjar pada produk *skincare* yang tidak terdaftar di BPOM.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian diambil dari 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Martapura, Kecamatan Gambut dan Kecamatan Kertak hanyar di Kabupaten

Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan. Alasan dipilihnya sebagai lokasi penelitian karena banyak ditemui masyarakat yang tidak waspada tentang produk *skincare* yang tidak terdaftar di BPOM. Sehingga peneliti ingin mengetahui sejauh mana masyarakat Kecamatan Martapura, Kecamatan Gambut dan Kecamatan Kertak hanyar di Kabupaten Banjar menggunakan produk *skincare* yang tidak terdaftar di BPOM.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang atau benda yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Dalam subjek penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Martapura, Kecamatan Gambut dan Kecamatan Kertak hanyar di Kabupaten Banjar menggunakan produk *skincare* yang tidak terdaftar di BPOM.

2. Objek penelitian

Objek penelitian salah satu objek yang menjadi sasaran penelitian guna dipelajari dan diambil kesimpulannya oleh peneliti. Yang menjadi sasaran objek yakni Harga dan Komunikasi dari mulut ke mulut terhadap kepuasan konsumen.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013, hlm. 80). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pemakai produk *skincare* yang tidak terdaftar di BPOM.

2. Sampel

Sampel adalah wakil dari populasi yang ciri-cirinya akan diungkapkan dan digunakan untuk memperkirakan ciri-ciri populasi (Nurdin, 2019, hlm. 95). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan produk *skincare* yang tidak terdaftar di BPOM di wilayah Kabupaten Banjar. Kemudian metode pengambilan sampelnya menggunakan metode tidak acak atau biasa dikenal *non probability sampling*, dengan metode ini tidak semua elemen populasi berpeluang menjadi sampel (Sinambela, 2021). Karena populasi dalam penelitian ini bersifat beragam tidak semua populasi mengkonsumsi produk *skincare* yang tidak terdaftar di bpom tersebut sehingga populasi bersifat tidak homogen. Penelitian ini menggunakan teknik metode *non probability sampling* dengan jenis purposive sampling dimana penentuan sampel menggunakan pertimbangan tertentu yang telah ditetapkan peneliti (Saputra 2022). Teknik ini digunakan karena

penelitian ini memerlukan responden dengan beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- a. Masyarakat Kabupaten Banjar
- b. Konsumen wanita berumur 15-40 tahun
- c. Konsumen yang menggunakan produk *skincare* yang tidak terdaftar dibpom minimal 1 tahun pemakaian.

Adapun dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui. Sehingga untuk penentuan jumlah sampel maka peneliti menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019, hlm. 136).

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95% dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% = 0,1

Adapun jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat diketahui jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 97 responden dan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden, guna apabila terjadi kerusakan pada kuesioner maupun responden lupa mengembalikan kuesioner kepada peneliti.

E. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2017, hlm 16). Sumber data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang dikumpulkan dari pemakai produk *skincare* yang tidak terdaftar di BPOM.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber data sekunder, yaitu sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Dimana data-data atau dokumen peneliti dapatkan dari lokasi yaitu Kecamatan Martapura, Kecamatan Gambut dan Kecamatan Kertak hanyar di Kabupaten Banjar. Sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembanding data sekunder dalam penelitian ini

diperoleh melalui buku laporan tahunan, dokumen-dokumen berupa catatan, gambar atau foto. (Jaya, 2020, hlm. 85).

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana kuesioner sudah disertakan pilihan jawaban sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah disediakan.

G. Variabel dan Instrumen penelitian

1. Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian (Gainau, 2016, hlm. 24). Dalam penelitian ini melibatkan dua variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*).

a. Variabel bebas (*Independent variabel*), merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

1) Harga (X1)

2) Komunikasi dari mulut ke mulut (X2)

b. Variabel Terikat (*Dependent variabel*), merupakan variabel yang memberikan reaksi/respons jika dihubungkan dengan variabel bebas.

Variabel terikat (*dependent variabel*) dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen (Narimawati, 2020, hlm. 5).

2. Skala Pengukuran

Adapun yang menjadi skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Ansori, 2020, hlm. 76).

Tabel 3.1
Instrumen Pengukuran

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	RG = Ragu-Ragu	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan mengevaluasi data dari responden dengan menggunakan pola pengukuran yang sama (Siregar, 2015, hlm. 46). Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen kuesioner ini dikembangkan dari variabel penelitian, baik variabel independen maupun dependen. Sebagaimana dijelaskan di tabel berikut:

Tabel 3.2**Kisi-kisi instrumen penelitian**

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 3. Daya saing harga	Skala <i>Likert</i>
Komunikasi dari mulut ke mulut (X2)	1. Pembicara (<i>talkers</i>) 2. Mempromosikan 3. Pengawasan (<i>tracking</i>)	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	Skala <i>Likert</i>

Sumber: Data diolah 2022.

Setelah instrumen penelitian sudah ada maka dilakukan uji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pertanyaan dalam kuesioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk mengambil data.

H. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan, mengolah dan mengevaluasi data dari responden dengan menggunakan pola pengukur yang sama (Siregar, 2015, hlm. 46).

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah elemen-elemen dalam daftar pertanyaan dapat digunakan untuk mendefinisikan suatu variabel. Korelasi antara skor pertanyaan dengan skor keseluruhan konstruk atau variabel valid

digunakan dalam penelitian ini sebagai uji validitas. Ketentuan validitas instrumen dinyatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Istilah "pengujian reliabilitas" mengacu pada proses menentukan apakah suatu instrumen cukup baik untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data atau tidak. Instrumen yang telah terbukti dapat dipercaya dan reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Untuk mendapatkan indeks ketergantungan pertanyaan dalam satu kesempatan, yaitu mengukur pertanyaan hanya sekali dan kemudian membandingkan hasilnya dengan pertanyaan lain atau untuk mengevaluasi korelasi antara jawaban atas pertanyaan. Uji statistik *Cronbach Alpha* (α) digunakan oleh SPSS untuk menentukan reliabilitas. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) lebih besar dari 0,60 (Hidayat, 2021, hlm. 23).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah suatu distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yang didefinisikan sebagai distribusi data berbentuk lonceng (bell shaped). Data “baik” memiliki pola, seperti distribusi normal, di mana distribusi data tidak miring ke kiri atau ke kanan (Santoso, 2017, hlm. 42). Uji normalitas dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik statistik yang disebut uji Kolmogorov-Smirnov.

Uji Kolmogorov-Smirnov membandingkan distribusi data (yang akan diperiksa normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data yang akan dikerjakan normal atau tidak:

- 1). Jika nilai signifikan (\geq) maka data berdistribusi normal.
- 2). Jika nilai signifikan (\leq) maka data tidak berdistribusi secara normal (Komputer, 2017:12).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui apakah ada variabel bebas dalam suatu model yang memiliki kemiripan satu sama lain (Sujarweni, 2016, hlm. 230). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas maka bisa dilihat dari dua hal berikut:

- 1). Jika nilai tolerance $\leq 0,10$, maka terjadi multikolinearitas
- 2). Jika nilai VIF ≥ 10 , maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji statistik yang mencari perbedaan variance residual satu periode pengamatan dibandingkan periode lainnya. Cara mengetahui apakah heteroskedastisitas suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot. Regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas apabila (Sujarweni, 2016, hlm. 232)

- 1). Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 2). Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja.

- 3). Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4). Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

I. Teknik Analisis Data

Prosedur analisis digunakan dengan bantuan perangkat *SPSS Statistics 22 For Windows* untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan analisa pada penelitian yang mempunyai variabel bebas lebih dari satu, dan kemudian dianalisa pengaruh setiap variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu Harga (X1) dan Komunikasi dari mulut ke mulut (X2) dan variabel terikatnya adalah Kepuasan Konsumen (Y).

2. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Signifikan Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen secara sendiri-sendiri (parsial) (Darma, 2021, hlm. 41). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Faktor-faktor berikut digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis harus ditolak atau diterima:

- 1). Hipotesis diterima jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05.
- 2). Hipotesis ditolak jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Berdasarkan nilai t hitung dan t table yaitu :

1). Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

2). Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F menentukan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel; jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Darma, 2021, hlm. 48). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berikut ini adalah syarat untuk menerima atau menolak hipotesis:

1). Hipotesis diterima jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05.

H_0 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan komunikasi dari mulut ke mulut terhadap kepuasan konsumen di kabupaten Banjar pada produk skincare yang tidak terdaftar di BPOM secara simultan.

2). Hipotesis ditolak jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara harga dan komunikasi dari mulut ke mulut terhadap kepuasan konsumen di kabupaten Banjar pada produk skincare yang tidak terdaftar di BPOM secara simultan.

c. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi variasi pada variabel dependen yang telah dijelaskan oleh regresi. R^2 adalah angka yang berkisar dari 0 hingga 1, jika $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak

ada hubungan yang sempurna. Sedangkan jika $R^2 = 1$, maka terdapat keterkaitan antara variasi Y dan X, atau variasi Y dapat dijelaskan seluruhnya oleh X (Darma, 2021, hlm. 53-54).