

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

penelitian ini termasuk studi lapangan dengan pendekatan berbasis angka atau kuantitatif di mana prosesnya bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah dirumuskan melalui analisis data numerik. Metode kuantitatif sendiri ditandai dengan dominasi penggunaan angka dalam seluruh tahapan, mulai dari pengumpulan informasi, interpretasi data, hingga penarikan kesimpulan (Christianingrum, 2022). Dalam penyajiannya, penelitian jenis ini umumnya menekankan pada penyajian data dalam bentuk numerik yang didukung dengan visualisasi seperti tabel, grafik, gambar, atau media lainnya yang bersifat informatif. (Habib, 2021)

B. Lokasi Penelitian

Dalam kajian ini, titik pelaksanaan penelitian yang dipilih adalah Livi kosmetik dan Feliz kosmetik. data yang diambil yaitu data yang berkaitan dengan variabel penelitian seperti data Pengalaman Belanja, lokasi, pelayanan dan keputusan pembelian yang dapat diperoleh dari hasil responden.

Saat ini, Livi Kosmetik tidak hanya memiliki satu lokasi usaha, tetapi telah memiliki dua cabang yang beroperasi di Kota Banjarmasin. Cabang utama (pusat) berlokasi di Jalan Sultan Adam No. 04, sedangkan cabang kedua berada di Jalan Gatot Subroto yang resmi dibuka pada 1 Desember 2024.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pengambilan data pada cabang utama Livi Kosmetik yang berlokasi di Jalan Sultan Adam, karena cabang tersebut merupakan pusat operasional usaha dan memiliki jumlah konsumen yang lebih banyak serta aktivitas transaksi yang lebih tinggi dibandingkan cabang lainnya. Dengan demikian, data yang diperoleh dianggap lebih representatif dalam menggambarkan kondisi sebenarnya.

Pemilihan Livi Kosmetik dan Feliz Kosmetik sebagai lokasi penelitian dilakukan karena keduanya menjual jenis produk yang mirip dan memiliki target pasar yang sama, sehingga cocok untuk dijadikan perbandingan. Dari hasil pengamatan awal juga terlihat ada perbedaan pada Pengalaman Belanja, pelayanan, dan lokasinya. Hal inilah yang membuat saya tertarik meneliti lebih jauh bagaimana perbedaan tersebut dapat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Terdapat dua jenis populasi, yaitu populasi terbatas, di mana jumlah anggota dapat diidentifikasi, dan populasi tak terbatas, di mana

jumlah anggotanya tidak dapat ditentukan (Wardhana, 2024). Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen di Livi Kosmetik dan Feliz kosmetik yang menggunakan populasi tak terbatas.

2. Sampel

Penggunaan sampel memungkinkan analisis statistik dilakukan secara efisien, terutama ketika jumlah anggota populasi terlalu besar untuk diamati atau diteliti secara keseluruhan (Wardhana, 2024). Jumlah sampel pada penelitian ini terdiri dari 96 responden yang ditentukan dengan metode pengambilan sampel berupa *purposive sampling*.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan kategori *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. dimana peneliti memilih responden berdasarkan kriteria, yaitu memiliki pengalaman berkunjung ke dua toko kosmetik tersebut. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang relevan dan mendalam mengenai pengaruh Pengalaman Belanja, Lokasi dan Pelayanan.

Menurut (Arikunto, 2010), pada penelitian (Lisdia, Tuti & Irfandi, 2022) berkaitan dengan penentuan sampel maka apabila subjek kurang dari 100, maka seluruh populasi dapat dijadikan sampel

merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika subjek besar, dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25% atau lebih (Cici et al., 2022)

Berdasarkan uraian diatas, keseluruhan objek yang menjadi sasaran kajian dalam penelitian ini adalah populasi infinit yang jumlah individunya tidak diketahui dengan pasti karena tidak tersedianya database jumlah populasi.

Rumus

$$N = \frac{Z^2 \times P (P-1)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

Z = skor Z kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5 $N = Z^2 \times P (P-1) d^2$ 24

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus lemeshow di atas, maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = Z^2 \times P (1 - P) d^2 = 1962 \times 0,5 (1 - 0,5) 0,10^2 = 96.00$$

Jadi, besaran sampel yang akan diteliti sesuai pada rumus lemeshow yaitu sebanyak 96,00 responden.

A. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama objek yang diteliti (Aina, 2021). Data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket yang telah diisi oleh responden yang terlibat langsung selama penelitian ini, yaitu pengunjung Livi kosmetik dan pengunjung Feliz kosmetik yang pernah melakukan pembelian di kedua toko kosmetik tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari sumber utama penelitian. Data tersebut biasanya dikumpulkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari literatur buku-buku yang ada di perpustakaan maupun sumber yang diperoleh melalui internet dan sumber lainnya (Prawiyogi et al., 2021).

B. Variabel dan Indikator

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator

NO	Variabel	Teori	Indikator
1.	Pengalaman Belanja	Menurut Edwin Zusrony (2021)	1. Kenyamanan saat belanja

	(X1)	menyatakan bahwa Pengalaman adalah bagian dari elemen yang dipelajari dalam perilaku konsumen. Hal ini menjadi dasar penting karena pengalaman konsumen mempengaruhi bagaimana mereka mengambil keputusan dalam membeli produk atau jasa. perilaku konsumen mencakup proses pemilihan, pembelian, penggunaan, dan pembuangan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan mereka. (Zusrony,	2. Kepuasan terhadap proses pembelian
--	------	--	--

		2021)	
2.	Lokasi (X2)	Menurut Kotler & Keller (2016: ch. 17) Lokasi termasuk strategi place yang berhubungan dengan aksesibilitas produk ke konsumen. menegaskan bahwa lokasi yang tepat meningkatkan peluang pembelian karena memengaruhi kenyamanan dan biaya konsumen dalam menjangkau toko. Strategis atau tidaknya lokasi (mudah dijangkau), Akses transportasi dan fasilitas parkir, Keamanan dan	1. Strategis atau tidaknya lokasi 2. Kemudahan akses ke lokasi

		kenyamanan lingkungan sekitar toko. (Kotler and Keller, 2016)	
3.	Pelayanan (X3)	Menurut Wardana (2022) Layanan pelanggan adalah salah satu faktor yang membuat pelanggan kembali membeli produk (barang atau layanan) yang telah mereka beli sebelumnya. Hal ini karena kelebihan layanan pelanggan yang solutif dan responsive terhadap konsumen. (Wardana, 2022)	1. Sikap ramah dan profesional karyawan 2. Responsif terhadap keluhan dan permintaan konsumen
4.	Keputusan	Menurut Kotler &	1. Minat beli konsumen

	Pembelian (Y)	Keller (2016: ch. 17) keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang kemudian membentuk preferensi konsumen terhadap suatu produk atau merek. (Kotler and Keller, 2016)	2. Niat untuk melakukan pembelian ulang
--	----------------------	--	---

Sumber: Dibuat Oleh Penulis, 2025

C. Teknik Pengumpulan data

Pada pengumpulan data untuk kajian saat ini teknik yang dipakai ialah di bawah ini :

1. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan teknik penghimpunan data yang dilakukan melalui penyajian seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada responden (Rahmat, 2022) Kueisioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan atau pernyataan tertulis secara langsung kepada pengunjung Livi kosmetik dan pengunjung

Feliz kosmetik yang pernah melakukan pembelian di kedua toko kosmetik untuk dijawabnya dengan memberikan data objektif.

Penyebaran daftar angket dilakukan kepada respon yang menjadi sampel penelitian, kemudian jawaban tersebut diklasifikasikan menurut skala likert. Skala likert digunakan mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu maupun kelompok terkait suatu fenomena sosial, di mana penggunaan skala Likert memungkinkan dapat dijelaskan melalui setiap indikator (Nurjanah, 2021).

Indikator tersebut digunakan sebagai acuan dasar dalam merancang butir-butir instrumen yang berbentuk pernyataan. Setelah pernyataan atau pernyataan dibuat, maka dilanjutkan dengan pemberian skor atau bobot untuk setiap alternatif jawaban.

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran

Kriteria Penilaian	Bobot Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Dibuat Oleh Penulis, 2025

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas berfungsi untuk menilai apakah suatu kuesioner dapat diterima sebagai instrumen yang tepat atau sah. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dengan melakukan perbandingan antara nilai rhitung dan rtabel pada derajat kebebasan (df) = $n - 2$ pada taraf signifikansi 5% sehingga didapatkan angka 0,113. Adapun dasar pengambilan keputusan yang digunakan yakni butir pertanyaan atau indikator dinyatakan valid apabila nilai rhitung melebihi rtabel serta bernilai positif, sedangkan apabila rhitung lebih kecil dari rtabel maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan cenderung menunjukkan nilai negatif.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana kuesioner mampu menggambarkan indikator dari suatu variabel atau konstruk secara konsisten (Dewi et al., 2022). Instrumen dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap setiap butir pertanyaan menunjukkan kestabilan dan tidak berubah secara signifikan dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan skala nilai antara 0 hingga 1. Instrumen

dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik apabila nilai *Cronbach's Alpha* berada di atas 0,60.

2. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah tahapan yang digunakan untuk menilai apakah data hasil penelitian memiliki sebaran yang mengikuti pola normal atau tidak (Dr. Amruddin, S.Pt., M.Pd., 2022). Tujuannya untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menguji normalitas residual dapat dilakukan dengan uji statistik nonparametric kolmogorov-smirnov (K-S) dengan ketentuan pengambilan keputusan ketika nilai signifikansi berada di atas 0,05 maka sebaran data dianggap normal, sementara jika nilainya di bawah 0,05 maka data dinyatakan tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji Normalitas ini dilakukan untuk mengidentifikasi variabel independen, variabel dependen, atau keduanya pada memastikan keselarasan dengan sebaran normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau keterkaitan antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan. Keberadaan multikolinearitas dapat memengaruhi keakuratan estimasi parameter regresi, sehingga perlu diuji. Untuk mendeteksi multikolinearitas, digunakan

indikator tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) Jika nilai tolerance < 0,10 atau VIF > 10, maka model tersebut mengindikasikan adanya multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas tujuannya untuk menilai apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varians pada residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Kriteria yang digunakan pada pengujian ini adalah apabila nilai signifikansi > 0,05 maka model regresi tersebut dapat dikatakan terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah metode analitik yang digunakan untuk melihat keterhubungan beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat sekaligus. Teknik ini juga dipakai untuk memperkirakan perubahan pada variabel dependen berdasarkan pergerakan variabel independen yang berfungsi sebagai penjelas. Bentuk umum persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

X1 = Pengalaman Belanja

X2 = Lokasi

X_3 = Pelayanan

e = *error* atau residual

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh masing-masing variabel secara individual terhadap variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan taraf pengujian sebesar 5%, kriteria yang diperlukan pada pengujian ini yakni:

- 1) $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini berarti tidak terdapat pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.
- 2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti terdapat berpengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menilai apakah secara bersama-sama seluruh koefisien variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan taraf pengujian sebesar 5%, kriteria yang diperlukan pada pengujian ini yakni:

$F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, yang menunjukkan tidak adanya pengaruh secara simultan antara variabel X dan Y

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara variabel X dan Y.

5. Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang 0 sampai 1. Apabila nilai R^2 kecil, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat bebas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai R^2 dapat berada dalam rentang dari nol hingga satu. Peningkatan nilai R^2 menunjukkan kualitas model yang lebih baik. Sebaliknya, nilai R^2 yang rendah mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki kapasitas yang sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen.

E. Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan yang sistematis sehingga menghasilkan penelitian yang optimal.

1. Identifikasi Masalah

Tahap awal dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang menjadi fokus penelitian. Pada tahap ini, peneliti akan mengamati fenomena yang terjadi di konsumen *livi kosmetik* dan *feliz kosmetik* terkait dengan Pengalaman Belanja, lokasi dan pelayanan toko. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini mengacu pada keterkaitan serta dampak dari berbagai variabel tertentu terhadap perilaku konsumen.

2. Pengumpulan Data

Setelah masalah teridentifikasi, peneliti melakukan pengumpulan data yang diperlukan. Data dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarkan kepada responden sesuai kriteria yang telah ditentukan, yaitu konsumen yang pernah berbelanja di kedua toko tersebut. Pengumpulan data dilakukan secara sistematis agar data yang diperoleh valid dan dapat mendukung analisis penelitian.

3. Pengolahan dan Analisis Data

Data yang terkumpul kemudian diproses dan dianalisis dengan pendekatan statistik. Analisis dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta

regresi linear berganda untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya, analisis data dilakukan untuk menguji hipotesis dan mengetahui pengaruh Pengalaman Belanja, lokasi, pelayanan terhadap keputusan pembelian.

4. Tahap Penyusunan Laporan Penelitian

Tahap akhir adalah penyusunan laporan penelitian. Pada tahap ini, seluruh hasil penelitian, mulai dari latar belakang, metode, hasil analisis, hingga kesimpulan dan saran, disusun secara sistematis dalam bentuk skripsi. Laporan penelitian ini kemudian dipresentasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban ilmiah dari proses penelitian yang telah dilakukan.