

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yang mengacu pada pengumpulan data dalam bentuk angka atau data numerik dengan pendekatan asosiatif kausal. Tujuannya adalah untuk mengukur dan menganalisa keterkaitan antara variabel-variabel yang diteliti secara kuantitatif, seperti yang diuraikan oleh Sugiyono (2022:7-9). Berdasarkan prinsip filosofis positivisme, jenis penelitian ini berusaha untuk mempelajari lebih lanjut tentang populasi atau sampel tertentu melalui penggunaan alat pengukuran standar dan penggunaan penelitian statistik yang ketat. Tujuan utama dari penelitian kuantitatif adalah untuk memverifikasi atau menyangkal teori.

Dalam jenis penelitian ini, filsafat positivisme melihat realitas, fenomena, atau gejala sebagai entitas yang dapat diklasifikasikan, relatif konstan, konkret, dapat diamati, terukur, dan memiliki hubungan sebab-akibat yang dapat dipahami. Penelitian kuantitatif sering kali berfokus pada populasi atau sampel yang dianggap mewakili populasi yang lebih luas.

Proses penelitian dalam metode ini bersifat deduktif, peneliti menggunakan konsep atau teori untuk merumuskan hipotesis sebagai jawaban awal terhadap rumusan masalah. Data yang dikumpulkan kemudian digunakan untuk mengkonfirmasi atau membantah hipotesis. Informasi dikumpulkan dengan menggunakan alat penelitian SPSS. Alat kuantitatif, seperti statistik deskriptif dan inferensial, digunakan untuk memeriksa data yang dikumpulkan. Hasil penelitian

ini digunakan untuk menyatakan apakah hipotesis yang sudah diujikan terbukti atau tidak

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian berlokasi Pada Klinik Kecantikan *Khayla Beauty* Lamongan, yang beralamatkan di Jl. Raya Turi, Kabupaten Lamongan

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2022:80), Populasi yaitu konsep yang merujuk kepada kelompok obyek atau subyek dengan karakteristik atau kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk keperluan penelitian dan pengambilan kesimpulan. Dalam konteks penelitian, populasi mengacu pada keseluruhan kelompok individu, obyek, atau elemen yang memiliki ciri atau kualitas tertentu yang menjadi pusat perhatian dalam studi. Populasi dalam penelitian ini mencakup semua konsumen Klinik Kecantikan *Khayla Beauty* selama tiga bulan terakhir, namun jumlahnya belum dapat dipastikan secara pasti.

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2022:81), Unsur atau sifat populasi dapat ditemukan dalam sampel. Ketika populasi memiliki jumlah yang besar dan hambatan-hambatan seperti keterbatasan anggaran, sumber daya manusia, atau waktu menghambat peneliti dari menyelidiki seluruh elemen dalam populasi, pendekatan yang umum adalah dengan memakai sampel, yang mana ialah sebagian dari

populasi itu. Data yang diperoleh dari sampel ini dapat didapatkan untuk membuat generalisasi atas temuan atau kesimpulan yang berlaku untuk keseluruhan populasi. Sebab itu, penting bahwa sampel yang dipilih dari populasi harus benar-benar mewakili ciri-ciri utama yang ada dalam populasi yang lebih besar.

*Non-probability sampling* digunakan untuk prosedur ini, yang berarti bahwa tidak semua anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk dimasukkan dalam sampel. Metode yang tepat untuk pengambilan sampel ketika populasi tidak diketahui adalah pengambilan sampel insidental, metode pengambilan dengan semua orang yang kebetulan bertemu dengan peneliti dipertimbangkan untuk dimasukkan dalam sampel jika sesuai dengan kriteria tertentu. Konsumen yang telah melakukan konsultasi, melakukan pembelian, serta konsumen yang telah menjalani perawatan, semuanya dianggap sebagai kriteria yang sesuai untuk dijadikan sampel.

Menurut Sugiyono (2022:90-91) mengutip panduan dari Roscoe dalam buku "*Research Methods For Business*" yang memberi rekomendasi mengenai ukuran sampel dalam penelitian. Ukuran sampel yang disarankan pada penelitian yaitu antara 30 hingga 500. Oleh sebab itu, pada penelitian ini, digunakan sampel sebanyak 100 konsumen untuk mewakili populasi.

Pengambilan sampel sejumlah 100 konsumen dalam penelitian ini dipertimbangkan karena ukuran sampel tersebut dianggap memadai untuk mengatasi variabilitas konsumen dalam penelitian ini. Selain itu, pemilihan sampel sebanyak 100 juga merupakan langkah yang efisien dalam manajemen sumber daya, termasuk waktu dan biaya. Keputusan ini memungkinkan penelitian tetap efektif tanpa mengorbankan kualitas hasil. Dengan mempertimbangkan

rekomendasi dan pertimbangan tersebut, penggunaan sampel 100 konsumen dianggap dapat memberikan hasil yang cukup representatif dan dapat diandalkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### **3.4 Jenis Data**

Dalam penelitian ini, data yang dipakai yaitu data subjek yang didapatkan langsung oleh peneliti dari responden melalui penggunaan kuesioner secara offline. Responden dalam penelitian ini mencakup konsumen yang telah melakukan konsultasi, konsumen yang sudah melaksanakan pembelian produk, serta konsumen yang telah menjalani perawatan.

### **3.5 Sumber Data**

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Untuk memperoleh data primer, peneliti melakukan survei dan pra-survei terhadap konsumen melalui penggunaan kuesioner serta observasi langsung terhadap objek penelitian, yaitu Klinik Kecantikan *Khayla Beauty*.

Sementara itu, data sekunder merujuk pada informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh entitas lain dan bersifat eksternal. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui sumber-sumber data pusat statistik. Penggunaan data sekunder memungkinkan peneliti untuk mengakses informasi yang telah ada dan relevan dengan konteks penelitian, seperti data statistik yang berkaitan dengan industri klinik kecantikan.

### **3.6 Teknik Pengambilan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan alat atau pendekatan di mana responden diberikan formulir berisi pernyataan-pernyataan dan mereka diminta untuk memberikan tanggapan dengan mengisi informasi yang diperlukan. Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan secara offline.

Kuesioner ditempatkan di Klinik Kecantikan *Khayla Beauty*. Responden yang pernah berkunjung dan sedang berkunjung ke klinik tersebut dapat mengisi kuesioner jika mereka memenuhi kriteria sampel. Dengan menggunakan teknik kuesioner secara offline, diharapkan dapat mencapai partisipasi yang optimal dari responden, terutama mengingat kemungkinan adanya keterbatasan akses terhadap teknologi di kalangan populasi target. Pendekatan ini juga dapat meningkatkan interaksi antara peneliti dan responden, yang dapat membantu memastikan kualitas dan validitas data yang dikumpulkan.

### **3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **3.7.1 Definisi Operasional**

penelitian ini memakai dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independent, dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat dan tiga variabel bebas yang digunakan. Variabel terikat (Y) adalah Minat Beli, sedangkan variabel bebas (X) terdiri dari Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga.

1. Variabel terikat (Y) ialah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independent (Sugiyono. 2022:39). Variabel (Y) dalam penelitian ini yaitu minat beli. Minat beli mengacu pada tindakan konsumen di mana mereka

mengekspresikan kemauan untuk memilih dan menggunakan suatu produk. Menurut Ferdinand yang dikutip dalam Mayasari (2019) minat beli bisa diukur melalui aspek-aspek berikut :

- 1.) Minat transaksional
  - 2.) Minat referensial
  - 3.) Minat preferensial
  - 4.) Minat eksploratif
2. Variabel bebas (X) yaitu variabel yang memiliki pengaruh atau jadi sebab berubahnya serta adanya variabel terikat (Sugiyono. 2022:39). Pada penelitian ini, variabel bebas (X) melibatkan tiga dimensi utama, yaitu:
- a. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ): Kualitas pelayanan yaitu ukuran sejauh mana tingkat layanan yang akan diberikan sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh konsumen. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2014) kualitas pelayanan bisa diukur melalui aspek-aspek berikut:
    - 1.) Bukti Fisik
    - 2.) Keandalan
    - 3.) Daya Tanggap
    - 4.) Keyakinan
    - 5.) Perhatian
  - b. Kualitas Produk ( $X_2$ ): Kualitas produk merujuk pada ciri-ciri yang ada pada barang atau jasa yang sangat bergantung pada sejauh mana produk tersebut akan dapat memenuhi keperluan konsumen sesuai dengan yang dipersepsikan oleh konsumen. Menurut Lupiyoadi (2015:211) Kualitas produk dapat diukur melalui indikator-indikator berikut :

- 1.) Kinerja
  - 2.) Keandalan
  - 3.) Fitur
  - 4.) Daya Tahan
- c. Harga ( $X_3$ ): Harga yaitu nilai yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat yang diterima dari barang atau jasa. Menurut Tjiptono (2015:156) harga dapat diukur melalui indikator-indikator berikut:
- 1) Keterjangkauan Harga
  - 2) Ketepatan Harga dengan Kualitas Produk
  - 3) Daya Saing Harga
  - 4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat

### **3.7.2 Pengukuran Variabel**

Cara pengukuran data yang diterapkan yaitu skala interval, dan untuk menggambarkan data tersebut pada kuisioner, dipakai skala *Likert* (*Likert scale*). Menurut Sugiyono (2022:93-96) Skala Likert merupakan metode yang digunakan untuk menilai pendapat seseorang terhadap fenomena sosial, peneliti secara khusus menetapkan fenomena sosial ini sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala Likert, variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator variabel. Selanjutnya, indikator-indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrumen, yang dapat berupa pernyataan. Respon terhadap setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mencakup rentang dari sangat positif hingga sangat negatif, dan dapat diungkapkan melalui berikut ini:

- |   |                                    |   |         |
|---|------------------------------------|---|---------|
| 1 | Kategori Sangat Tidak Setuju (STS) | = | Nilai 1 |
| 2 | Kategori Tidak Setuju ( TS)        | = | Nilai 2 |
| 3 | Kategori Ragu-Ragu (RG)            | = | Nilai 3 |
| 4 | Kategori Setuju ( S )              | = | Nilai 4 |
| 5 | Kategori Sangat Setuju ( SS )      | = | Nilai 5 |

### **3.8 Pengujian Instrumen Penelitian**

Peneliti menggunakan alat ini untuk memastikan instrumen penelitian valid, andal, akurat, dan komprehensif:

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2021:66) Uji validitas dipakai untuk menetapkan apakah suatu kuesioner adalah alat yang sah untuk mengukur variabel yang dimaksud. Keabsahan kuesioner dapat terwujud jika pertanyaan-pertanyaan di dalamnya dapat dengan tepat mengukur aspek yang seharusnya diukur oleh kuesioner itu.

Proses pengukuran validitas bisa dilakukan dengan membandingkan korelasi antara setiap pertanyaan dalam kuesioner (correlations) dengan korelasi antara total skor dari seluruh pertanyaan. Dalam penelitian ini, dapat merujuk ke nilai  $r$  tabel yang terdapat dalam distribusi statistik dan membandingkannya dengan nilai korelasi yang dihitung  $r_{hitung}$  untuk derajat kebebasan (df) yang sesuai. Biasanya, nilai df dihitung sebagai,  $df = n-2$ , di mana  $n$  yaitu total sampel dalam penelitian. Jika nilai korelasi yang dihitung  $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$  untuk derajat kebebasan yang sesuai, maka pertanyaan tersebut dapat dianggap valid dalam mengukur konstruk yang menjadi tujuan penelitian.

### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2021:61), Reliabilitas adalah alat untuk menilai sejauh mana suatu kuesioner dapat dianggap sebagai indikator dari variabel tertentu. Kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika respons individu pada pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas, SPSS menyediakan fasilitas uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.70$ .

### **3.9 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian tes yang harus dilakukan dalam konteks penelitian regresi linier berganda dengan metode OLS. Tujuan uji ini adalah mengevaluasi apakah data penelitian memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk penelitian lebih lanjut dan memberikan tanggapan terhadap hipotesis penelitian.

#### **3.9.1 Uji Normalitas**

Ghozali (2021:196) menjelaskan bahwa Uji normalitas ditujukan untuk menilai apakah data populasi mengikuti distribusi normal. Uji ini dapat diterapkan pada data dengan skala ordinal, interval, atau rasio. Pada penelitian parametrik, diharapkan data asalnya dari distribusi normal. Namun, jika data tidak memenuhi asumsi normalitas atau jika sampel kecil dengan data tipe nominal atau ordinal, maka penelitian nonparametrik dapat dipakai. Pada penelitian ini, dilakukan uji One Sample *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat sig 0,05. Data dianggap mengikuti distribusi normal jika tingkat sig  $> 0,05$  atau 5%.

### 3.9.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2021:157), Uji multikolinieritas digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi memiliki korelasi antara satu sama lain. Variabel independen dalam model regresi yang berhasil seharusnya tidak berkorelasi satu sama lain. Variabel independen dianggap orthogonal jika tidak ada korelasi di antara mereka. Variabel yang memiliki korelasi nol dianggap benar-benar independen satu sama lain. Untuk mengevaluasi ketiadaan multikolinieritas dalam suatu model regresi, terdapat beberapa metode pengujian yang dapat digunakan, termasuk:

1. Memastikan bahwa nilai  $VIF \leq 10$ .
2. Memeriksa apakah nilai *tollerance*  $> 0.1$ .

### 3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2021:178) menjelaskan bahwa Uji heteroskedastisitas menentukan apakah varians residual dalam model regresi bervariasi secara signifikan antara pengamatan. Ketika varian residu tetap sama antara pengamatan, disebut homoskedastisitas, sedangkan jika variannya bervariasi, disebut heteroskedastisitas. Tidak adanya heteroskedastisitas adalah ciri khas dari model regresi yang dibangun dengan baik.

Tes *Glejser* digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Berikut ini adalah penjelasan tentang bagaimana uji heteroskedastisitas dikombinasikan dengan tes *Glejser* akan digunakan untuk memberikan dasar untuk kesimpulan akhir:

1. Jika nilai signifikansi  $2\text{-tailed} < \alpha = 0.05$ , maka bisa dinyatakan bahwa ada heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Jika nilai signifikansi  $2\text{-tailed} > \alpha = 0.05$ , maka bisa dinyatakan bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi.

### 3.9.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2021:162) Uji Autokorelasi digunakan untuk menentukan apakah ada penyimpangan asumsi klasik yang dikenal sebagai autokorelasi dalam penelitian regresi. Autokorelasi merujuk pada hubungan yang mungkin terjadi antara residual (sisa) dalam suatu observasi dengan residual pada observasi lain dalam model regresi. Persyaratan umum untuk melakukan uji autokorelasi memakai *uji Durbin-watson* (uji DW) yaitu:

1. Jika nilai statistik DW ( $d$ )  $< dL$  atau  $> (4 - dL)$ , maka hipotesis nol ditolak, yang mengindikasikan terdapatnya autokorelasi.
2. Jika nilai  $d$  berada di antara  $dU$  dan  $(4 - dU)$ , maka hipotesis nol diterima, menyatakan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model regresi tersebut.
3. Apabila nilai  $d$  berada dalam kisaran antara  $dL$  dan  $dU$  atau di antara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka hasil uji autokorelasi tidak memberikan hasil yang definitif. Nilai  $dU$  dan  $dL$  dapat ditemukan dalam Tabel Statistik Durbin-Watson, yang tergantung pada jumlah pengamatan dan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian regresi.

Berikut adalah Rumus Uji *Durbin Watson* :

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})^2}{\sum e^2 x}$$

Keterangan :

d = Nilai *Durbin Watson*

e = Residual

### 3.10 Teknik Analisis Data

#### 3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Sesuai dengan penjelasan Ghozali (2021:145), Regresi Linier Berganda adalah teknik penelitian yang digunakan untuk memahami korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Rumus yang digunakan dalam regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y : Minat Beli

X<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> : Kualitas Produk

X<sub>3</sub> : Harga

β<sub>0</sub> : Konstanta

β<sub>1</sub> β<sub>2</sub> β<sub>3</sub> : Koefisien Regresi

#### 3.10.2 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Ghozali (2021:147) menyatakan bahwa Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dipakai untuk mengukur akurasi penelitian regresi. Nilai R<sup>2</sup> berkisar antara 0 (nol) dan 1 (satu). Ketika nilai R<sup>2</sup> adalah 0, ini menyatakan bahwa variabel independen tidak

mempunyai pengaruh pada variabel dependen. Sebaliknya, makin mendekati nilai 1, mengartikan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan pada variabel dependen. Selain itu,  $R^2$  juga membantu mengukur seberapa besar persentase perubahan dalam variabel dependen (Y) yang bisa diartikan oleh variabel independen (X).

### 3.10.3 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, Menurut Ghozali (2021:148) uji t dipakai untuk menilai tingkat signifikansi dari keterkaitan antara variabel X dan Y, khususnya apakah variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga) secara individual berpengaruh pada variabel Y (Minat Beli). Hipotesis yang dipakai pada pengujian ini yaitu:

Ha : Adanya pengaruh kualitas layanan, Kualitas produk dan harga terhadap minat beli pada Klinik kecantikan khayla *beauty* Lamongan.

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap minat beli pada Klinik kecantikan khayla *beauty* Lamongan.

Dasar dalam pengambilan keputusan (Ghozali, 2021:148) menggunakan tingkat signifikansi sebagai berikut:

1. Jika tingkat sig.  $> 0.05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima, dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.
2. Jika tingkat sig.  $< 0.05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.